



**I CONGRESO CIENTÍFICO INTERNACIONAL
SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO:
RETOS Y PERSPECTIVAS**



MEMORIAS

ISBN: 978-9942-960-07-8

RELACIÓN DE PONENCIAS

TEORÍA Y DESARROLLO ECONÓMICO

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	Evelyn Pallasco Sarango Nelson Granja Cañizares	MECANISMOS DE RESTRICCIÓN DE IMPORTACIONES: TIMBRE CAMBIARIO EN LA INDUSTRIA ECUATORIANA DEL CHOCOLATE Y SUS DERIVADOS PERÍODO 2009-2015.
002	Daniela Flores Echeverría Elba Calderón Farfán	ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN ECUADOR Y ESPAÑA DESDE LA PERSPECTIVA DEL DESARROLLO SUSTENTABLE.
003	Christian Rosero Barzola	FACTORES DE DECISIÓN DE CAPITAL DE RIESGO EN PROYECTOS DE INVERSIÓN
004	Donald Zhangallimbay Zhangallimbay Guido Macas Acosta	PROPUESTA METODOLÓGICA PARA ANALIZAR Y PREDECIR EL CRECIMIENTO DEL PIB EN EL ECUADOR.
005	Nelson Granja Cañizares Iskra Sánchez Solórzano	LA IMPORTANCIA DEL CRÉDITO BANCARIO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL ECUADOR: RECESIÓN 2016.
006	Jonathan Mejía Marín Johnny Coca Valle	LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN EL ECUADOR PERÍODO 2010 – 2015.
007	Karem Farfán Redwood Eliott Jaime Carriel	POLÍTICAS ARANCELARIAS Y SU IMPACTO EN LA INDUSTRIA DEL CALZADO EN EL ECUADOR PERÍODO 2009-2015.
008	Fidel Márquez Sánchez Olinda Carriel Fuentes	LA INVERSIÓN PÚBLICA Y SU INCIDENCIA EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO, PERÍODO 2007-2015.
009	Erika De Mori Gavilanez Mónica Larrea Paredes	LA INDUSTRIA DEL PLÁSTICO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Y SU DEPENDENCIA DE LA MATERIA PRIMA IMPORTADA. 2014-2015.

010	Rafael Sorhegui Ortega	LOS ENFOQUES METODOLÓGICOS QUE SUSTENTAN EL ESTUDIO DE LA DIMENSIÓN NACIONAL DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO.
011	Karina García Reyes Viviana Sacoto Castillo	LA CORPORACIÓN GRUPO SALINAS: UNA INNOVACIÓN SOCIAL COOPERATIVA HACIA EL DESARROLLO LOCAL
012	Viviana Sacoto Castillo Nory Viña Palomino	ADAPTACIÓN DE MÉTODOS DE VALORACIÓN ECONÓMICA DE PATRIMONIOS CULTURALES Y NATURALES A LAS ÁREAS PROTEGIDAS – CASO: TURISMO EN ECUADOR.
013	Marco Jara Riofrío	RESILIENCIA ORGANIZACIONAL: CAPACIDAD DE LAS PYMES DEL ECUADOR PARA SALIR DE LAS CRISIS ECONÓMICA Y TÉCNICA ACTUAL.
014	Sofía Gutiérrez Ribadeneira Mónica Pérez Zulueta	LA EFECTIVIDAD DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS DE CRÉDITO A LOS MICROEMPRESARIOS. CASO: BANCO PROCREDIT.
015	Rafael Sorhegui Ortega	LOS APORTES METODOLÓGICOS PRESENTES EN EL PENSAMIENTO ECONÓMICO DE JHON MAYNARD KEYNES A LOS ESTUDIOS SOBRE EL DESARROLLO ECONÓMICO.
016	Fersen León Villamar Wagner Cañizares Albán	LA CAPACIDAD DE ABSORCIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO BASE GENERADORA DE VENTAJA COMPETITIVA EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR.
017	Verónica Bravo Santana	IMPACTO DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LAS PYMES UBICADAS EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO.
018	Vanesa Poveda Romero Brian Williams Flores	EL TIMBRE CAMBIARIO COMO MEDIDA SUSTITUTIVA DE LAS SALVAGUARDIAS Y SU EFECTO EN LA BALANZA COMERCIAL DEL ECUADOR.
019	Pablo San Andrés Reyes María Pacheco Zambrano	INCIDENCIA DE LA LEY RELACIONADA A LA REGULACIÓN DEL MERCADO DE VALORES DEL ECUADOR.

020	Carmen León Segura	PROPUESTA DE MEDICIÓN DEL ÍNDICE DE POBREZA MULTIDIMENSIONAL: CONSTRUYENDO UN PARADIGMA Y UNA MÉTRICA ALTERNATIVA.
021	Logan Berni Morán Verónica Coronel Pérez Jahaira Buñay Cantos	FACTORES QUE INCIDEN EN LOS SULEDOS DE LOS PROFESIONALES DE LAS TICS EN LOJA.
022	Luis Cárdenas Salinas Eliott Jaime Carriel	LAS RESTRICCIONES ARANCELARIAS Y SUS EFECTOS SOBRE LA IMPORTACIÓN DE NEUMÁTICOS ENTRE EL PERÍODO 2011-2015 EN EL ECUADOR.
023	María Álava Vera Tatiana Poaquiza Cornejo Nory Viña Palomino	LA DESCENTRALIZACIÓN, EL DESARROLLO LOCAL Y TERRITORIAL EN SAMBORONDÓN.
024	Vanya Carcelén Guerra Martha Bravo García	FACTORES DE ÉXITO EN EL CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE CACAO. CASO ECUADOR 2010-2015.

EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO EMPRESARIAL

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	Julio Brito Morales Luisa León Vega	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE SUELAS DE SANDALIAS Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS. CASO: PLASMETAL S.A.
002	César Bustamante Chong Mariana Bustamante Chong Byron Caamaño Guerrero Blanca Indacochea Ganchozo	LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y SU INFLUENCIA EN LA ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES MIPYMES EN ECUADOR. CASO PRÁCTICO CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DEL GUAYAS.
003	Diana Cadena Miranda Galo Macías España Jhon Boza Valle Laura Tachong Alencastro Harold Escobar Terán Margarita Vera Briones	INNOVACIÓN-EMPRENDIMIENTO Y COMPETITIVIDAD EN MICROEMPRESAS DEL CANTÓN QUEVEDO.
004	Pablo San Andrés Reyes Nelly Sayenka Vergara David Bernal Paredes	CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSULTORA DE ASESORÍA FINANCIERA PARA PYMES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.
005	Jairo Cedeño Pinoargote Verónica Benavides Benítez	COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL, CASO EMPRESAS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.
006	Olga Rodríguez Ulcuango Iván Analuisa Aroca	GRADO DE AVERSIÓN AL RIESGO DEL PEQUEÑO INVERSIONISTA DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.
007	David Ramos Tomalá	UN ANÁLISIS DE LA NUEVA APLICACIÓN BIOMÉTRICA DE RECONOCIMIENTO DE IRIS A TRAVÉS DE SMARTPHONES PARA POPULARIZAR EL USO DEL DINERO ELECTRÓNICO EN EL ECUADOR.
008	Michelle Molina Haro Luisa León Vega	ESTRATEGIAS PARA LA CAPTACIÓN DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS.

009	Arturo Benavides Rodríguez Germán Mosquera Soriano	ESTUDIO DE CASO DE ALMACENAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PESCA BLANCA EN LA BODEGA DE ACOPIO "ÁNGEL DEL MAR" APLICANDO DERIVADAS EN RELACIÓN A COSTOS E INVENTARIOS, (APLICACIÓN NIC 2), EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, CANTÓN SALINAS, PERIODO 2014-2015.
010	Neyfe Sablón Cossío Matteo Radice Nelly Manjarez Daniela Castillo Carvajal Shirley Pomavilla Guaminga	DISEÑO DE UNA INCUBADORA DE EMPRESAS EN LA UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA.
011	Nury Vera Campuzano Nathyn Collins Ventura Irene Palacios Bauz Adrián Valencia Medranda	ESTILO DE ADMINISTRACIÓN Y SU IMPACTO EN LA EFECTIVIDAD ADMINISTRATIVA DE LAS PYMES DEL CANTÓN LA LIBERTAD.
012	Andrés Nevárez Vélez Brian Williams Flores	EVALUACIÓN DE LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS COMO ALTERNATIVA DE CRECIMIENTO CASO GRUPO DIFARE & BAYER S.A. EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL AÑO 2015.
013	Rosa Burgos Castelo Lydia Villar López	LOS EMPRENDIMIENTOS DESDE LA PERSPECTIVA HISTÓRICA, ECONÓMICA Y SOCIAL, EN EL ESCENARIO MUNDIAL Y DEL ECUADOR.
014	David Ramos Tomalá	UN ANÁLISIS ACERCA DE SOLUCIONES ENERGÉTICAS ALTERNATIVAS Y RENOVABLES A FAVOR DEL PEQUEÑO Y MEDIANO EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN EL ECUADOR.
015	Jhon Boza Valle Laura Tachong Alencastro Emma Mendoza Vargas Galo Macías España Diana Cadena Briones Harold Escobar Terán Oscar Moncayo Carreño	EL SISTEMA DE INCUBACIÓN DE EMPRESAS DESDE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO, UN PROBLEMA A RESOLVER

016	Laura Ortega Ponce Mariuxi Tejada Castro Elke Yerovi Ricaute Wilson Molina Oleas Pablo Calderón Castro	DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN POR PROCESOS PARA EL CENTRO DE INSTRUCCIÓN AERONAÚTICA CIVIL "AERO CLUB DEL ECUADOR"
017	Libi Caamaño López Nathyn Collins Ventura María de Lourdes Muñoz Villacis	ESTILO DE ADMINISTRACIÓN Y SU EFECTO EN EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LAS PYMES DEL CANTÓN LA LIBERTAD.
018	Nathaly Ortega Avilés Rafael Ron Amores	LAS ISLAS COMO IDEA DE EMPRENDIMIENTO EN LOS CENTROS COMERCIALES: CASO RIOCENTRO SHOPPING CEIBOS.
019	Nathyn Collins Ventura	GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS DEL CANTÓN LA LIBERTAD.
020	María de Fátima Villegas Jurado Evelyn Solís Avilés	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA PLANTA EVISCERADORA DE SARDINA PARA EL SECTOR PESQUERO DE LA PARROQUIA CRUCITA.
021	Nathyn Collins Ventura Adrián Valencia Medranda Karina Santistevan Villacreses	INDICADORES DE GESTIÓN Y SU EFECTO EN LA EFECTIVIDAD ADMINISTRATIVA DE LAS EMPRESAS DEL CANTÓN LA LIBERTAD.
022	Mary Barberán Vera Isidro Fierro Ulloa	ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL BURN OUT SOBRE EL DESEMPEÑO LABORAL. CASO DE ESTUDIO: AVIACIÓN COMERCIAL.
023	Verónica Rodríguez Cotrina Mónica Llanos Encalada	E-LEARNING COMO ESTRATEGIA PARA LA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN EL PROCESO DE CAPACITACIÓN: CASO-BANCO PRIVADO DE GUAYAQUIL-ECUADOR.
024	Daniel Espinoza Moreira	LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y SU APLICACIÓN EN LAS COOPERATIVAS.

025	Harold Escobar Terán Jhon Boza Valle Galo Macías España	INDICADORES DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS.
026	Nadia Villena Izurieta	LA IMPORTANCIA DE LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS EN LAS ZONAS RURALES DEL ECUADOR COMO ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO COMUNITARIO.
027	Guadalupe Pérez Palacios Carlos Morlas Molina	ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA BALANZA COMERCIAL DE CHINA CON ECUADOR EN EL PERÍODO 2010-2015.
028	Argenis Rodríguez Bravo Iván Analuisa Aroca	LAS EMPRESAS FAMILIARES Y SU APORTE EN EL DESARROLLO DE LA CIUDAD DE ROCAFUERTE- MANABÍ-ECUADOR.
029	Rubén Vásconez Swett Rafael Ron Amores	IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA AUTOMATIZADO DE ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES SAP EN EL DEPARTAMENTO DE COMPRAS LOCALES DE UNA COMPAÑÍA TELEFÓNICA.
030	Cristina Reinoso Astudillo Nelly Astudillo Ordóñez Zoe Rodríguez Cotilla	TECNOLOGÍA EN LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS EMPRESAS PÚBLICAS DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO EN ECUADOR.
031	Nelly Astudillo Ordóñez Maritza Ortiz Torres Cristina Reinoso Astudillo	LA TECNOLOGÍA EN LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DEL ECUADOR.
032	Pablo San Andrés Reyes Nelly Sayenka Vergara	EMPRENDIMIENTO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL- CASO PACARI.
033	Yadira Armas Ortega	REFLEXIONES SOBRE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL: EMPRESA O COLABORADOR, ¿QUIÉN SE BENEFICIA MÁS?
034	Julio Carranza Palma Ángela González Laucirica	ANÁLISIS DE LOS CAMBIOS GENERADOS EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE VENTAS FRIEDMAN.

035	Geovanny Menoscal Verdezoto Ángela González Laucirica Danilo Santa Cruz Rodríguez	ESTUDIO DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y SU IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO. CASO DE ESTUDIO.
036	Narcisa Colorado Franco Nathyn Collins Ventura Irene Palacios Bauz	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO COMO FACTOR DE INCIDENCIA EN LOS INDICES DE VENTAS.
037	Logan Berni Morán Cynthia Legarda Arreaga Verónica Coronel Pérez	ANÁLISIS DE LAS INCIDENCIAS PRODUCTIVAS Y FINANCIERAS OBTENIDAS DE LAS COMUNICACIONES IP EN LOS PRINCIPALES RETAIL DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.
038	María Andrea Serrano Veintemilla Rafael Sorhegui Ortega	LA FALTA DE SOSTENIBILIDAD EN EL TIEMPO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS EMPRESAS FAMILIARES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

MARKETING, TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	Alex Rendón Alín	LAS TENDENCIAS DE CONSUMO DE MARCAS BLANCAS EN LA CIUDAD GUAYAQUIL.
002	Alex Rendón Alín	EL IMPACTO DE LA SEMAFORIZACIÓN EN ALIMENTOS DE CONSUMO MASIVO EN EL SECTOR NORTE DE GUAYAQUIL.
003	Ivette Morla Simón Alex Rendon Alín	ESTRATEGIA DEL VISUAL MERCHANDISING EN LA MARCA ZUO EN RIOCENTRO ENTRE RÍOS.
004	Alfredo Hoyos Zavala Xavier Plaza Castro	EL NEUROMARKETING COMO DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA TEORÍA DE LOS 3 CEREBROS.
005	Raúl Arellano Reascos José Villavicencio Santillán	ANÁLISIS DE LA MARCA PAÍS "ECUADOR AMA LA VIDA" Y SUS COMPONENTES PUBLICITARIOS DE POSICIONAMIENTO, COMO SENTIDO DE PERTENENCIA NACIONAL.
006	Carlos Triviño Ibarra Leticia Zambrano Zambrano	LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS COMO MODELO INCLUSIVO DENTRO DEL MARKETING MIX.
007	Dayana Valdés Pérez	LAS HERRAMIENTAS DE LA CONTABILIDAD DE GESTIÓN EN LA MEJORA DE LOS PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES EN CUBA.
008	Delia Peña Hojas Cynthia Icaza Cárdenas Christian Riquero Pincay	PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO DE LOS COMUNICADORES SOCIALES.
009	Eduardo Valarezo Paredes Natalie Barragán Castañeda Katherine Calero Cedeño	MARCAS DE DISTRIBUIDOR: ALTERNATIVA COMERCIAL EN AUGE EN LAS COMPRAS DEL CONSUMIDOR GUAYAQUILEÑO.
010	Irene Palacios Bauz	ESTRATEGIA DE MARKETING FERIA PARA IDENTIFICAR LOS MERCADOS POTENCIALES EN NEGOCIOS COMUNITARIOS: CASO FERIA GASTRONOMICA "PLAYA SANTA MARIANITA".

011	Julio Baque Franco Gabriela Gracia Reyes	LA INCIDENCIA DEL USO DEL VISUAL MERCHANDISING EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE ROPA EN MUJERES DE 18 A 30 AÑOS EN TIENDAS DE LOS CENTROS COMERCIALES DEL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2015.
012	Ullany Gelo Caamaño Kerly Yance Jácome	PLAN DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA IMAGEN CORPORATIVA DEL RESTAURANTE MAKANI DE ENTRE RÍOS CANTÓN SAMBORONDÓN.
013	Ma. de Lourdes Zambrano Calvache Guisella Guerrero Onofre Iván Jaramillo Lozano	USO DE LAS REDES SOCIALES COMO ESTRATEGIA DE MARKETING DE DESTINO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN TURÍSTICA ESTUDIO DE CASO PARROQUIA DE CUSUBAMBA
014	Miguel Vásquez Calahorrano Melio Sáenz Echeverría	LINEAMIENTOS DE UNA PROPUESTA EPISTEMOLÓGICA PARA LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.
015	Delia Peña Hojas Janeth Díaz Vera Guido Moreno Córdova Carlota Cevallos Ronquillo	LAS COMPETENCIAS INVESTIGATIVAS EN LA FORMACIÓN DE LOS COMUNICADORES SOCIALES: UN ENFOQUE DESDE EL CURRÍCULO Y EL PERFIL PROFESIONAL.
016	Margarita Coronel Reinoso Xavier Plaza Castro	ESTRATEGIAS DE MARKETING ONLINE PARA CAPTAR NUEVOS CLIENTES CUENTA AHORRISTAS DEL BANCO DE AUSTRO.
017	Cinthy Párraga Luna Tomás Rodríguez Caguana	ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN VISUAL DE VIDEOS LATINOAMERICANOS DE YOUTUBE Y SU RECEPCIÓN EN JÓVENES GUAYAQUILEÑOS.
018	Kerly Yance Jácome	ASPECTOS DESTACADOS EN LA IMAGEN DE LA MARCA PAÍS, COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR: IDENTIFICACIÓN Y PERCEPCIÓN DE LOS GUAYAQUILEÑOS.
019	Christian Morla Montalvo Nadia González Rodríguez	PROPUESTA PUBLICITARIA PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS DEL CENTRO DE ESTÉTICA "TOKES Y TRUKOS" UBICADO EN GUAYAQUIL.

020	Emilio Guerrero Morales Nadia González Rodríguez	PROPUESTA DE PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS PARA LA SCIALIZACIÓN DEL PROYECTO "CAPACÍTATE PARA EL EMPLEO" DE LA EMPRESA CLARO EN ECUADOR.
021	Heyen Chang Rivera José Villavicencio Santillán	ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN CORPORATIVA, CASO: CENTRO DE TRATAMIENTO PARA ADICCIONES (CENTRADI).
022	Marilyn Pazmiño Quijije Perla León López	IMPACTO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS COMERCIALES EN LA IMAGEN CORPORATIVA DE UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR.
023	Wimper Fiallos Díaz José Villavicencio Santillán	ANÁLISIS DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN (LOC), ARTÍCULOS 98 Y 100 EN EL INCREMENTO DE LA PRODUCCIÓN DE PIEZAS PUBLICITARIAS NACIONALES.
024	Sebastián López Montalvo Ángela González Laucirica	PLAN DE MARKETING PARA EL DESARROLLO DE UNA MARCA DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	Alleiny Machado Sosa	DOMÓTICA: OBSTÁCULO Y RETOS PARA SU MASIFICACIÓN.
002	César Alcívar Aray Marcos Espinoza Mina	DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN MÓVIL MULTIPLATAFORMA UTILIZANDO ÚNICAMENTE TECNOLOGÍAS WEB.
003	Pablo Calderón Castro Mariuxi Tejada Castro Elke Yerovi Ricaurte Laura Ortega Ponce Marcos Espinoza Mina	RECONOCIMIENTO FACIAL: ESTUDIO BIBLIOMÉTRICO DE 20 AÑOS.
004	Judith Díaz Nava Mitchell Vásquez Bermúdez Jorge Hidalgo Larrea María del Pilar Avilés Vera Roger Freire Avilés Néstor Vera Lucio	SISTEMA INTEGRAL DE GESTIÓN ACADÉMICA BASADO EN CLOUD COMPUTING PARA LAS INSTITUCIONES QUE CONFORMAN EL SISTEMA UNIVERSITARIO ECUATORIANO.
005	Luis Espinoza Mendoza	USO DE LENGUAJE SCALA PARA LA ENSEÑANZA DEL PARADIGMA DE ORIENTACIÓN A OBJETOS EN CENTROS DE EDUCACIÓN SUPERIOR.
006	Alexis Cabrera Mondeja	DESARROLLO RÁPIDO DE APLICACIONES USANDO TÉCNICAS DE INGENIERÍA INVERSA DIRIGIDA POR MODELOS.
007	Ligia Miño Palacios Elicia Cruz Ibarra Marcos Espinoza Mina	ESTUDIO DE LOS ENTORNOS VIRTUALES DE LA WEB 2.0 PARA LA MOTIVACIÓN DEL AUTOAPRENDIZAJE DE ESTUDIANTES Y DOCENTES DEL ÁREA DE NIVELACIÓN DE LA UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR.
008	José Flores Poveda Ana Pico Aguilar Karla Ortiz Chimbo Juan Calderón Cisneros	LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN SU USO, APLICACIÓN COMO INCENTIVO AL MERCADO EN SU ADICCIÓN SOCIAL.
009	Vilma Álvarez Intriago	ESTUDIO DE TÉCNICAS DE MINERÍA DE DATOS APLICADAS EN ANÁLISIS DE INFORMACIÓN DE PROCESOS EDUCATIVOS.

010	Juan Calderón Cisneros Bolívar Duchi Ortega	ANÁLISIS MULTIVARIANTE DE LA INCLUSIÓN SOCIAL EN LOS ADULTOS MAYORES DEL CANTÓN POSORJA
011	Ángela Yanza Montalván Mario González Arencibia Roxana Cañizares González Orestes Febles Días	INCIDENCIA DE LOS PERMANENTES ESFUERZOS COMPETITIVOS DEL SECTOR FARMACÉUTICO PARA INTRODUCIR NUEVOS PRODUCTOS AL MERCADO SOBRE LA BASE DE I&D, USO DE LAS TICS Y ENFOQUE CTS.
012	Denisse Salcedo Aparicio Jenny Rosero Lozano José Cruz Abril	HERRAMIENTAS COLABORATIVAS QUE APOYAN EL APRENDIZAJE CONSTRUCTIVISTA.
013	Evelyn Bueno Salazar Marcos Espinoza Mina	DISEÑO DE UN SISTEMA PARA ADMINISTRACIÓN DE VACACIONES.
014	Ingrid García Torres	SOFTWARE DE CAPACITACIÓN UTILIZANDO ESTRATEGIAS CONSTRUCTIVISTAS EN EL DESARROLLO TECNOLÓGICO PARA LOS DOCENTES UNIVERSITARIOS.
015	David González Barrezueta Manuel Ramírez Pírez Ana Arellano Arcentales	MODELO DE VIRTUALIZACIÓN DE SERVIDORES Y SU APLICACIÓN EN EL ENTORNO UNIVERSITARIO.
016	Oiner Gómez Baryolo Lizandro Molina Sabando	MODELO DE SEGURIDAD BASADO EN LA GEOLOCALIZACIÓN.

TURISMO, HOSPITALIDAD Y PATRIMONIO

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	Alba Caicedo Barreth Sergio Torres Quiroga Cristhian Durán Prado	LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA COMO FORMA DE EVALUACIÓN DEL SERVICIO TURÍSTICO EN EL SECTOR BOSQUE HÚMEDO LA ESPERANZA.
002	Evelyn García Vera Williams Malucin Tuarez	LAS PEÑAS PATRIMONIO CULTURAL CON UN ENFOQUE DIVERSO Y COMPROMETIDO.
003	Alexandra Pérez Rivera	UN NUEVO MODELO DE TURISMO SOSTENIBLE EN LA QUINTA EL PEDREGAL UBICADA EN BALSAPAMBA, PROVINCIA DE BOLIVAR.
004	Fernando Cevallos Ruales	CASACADA DEL ARMADILLO, PARAÍSO ESCONDIDO UNA OPORTUNIDAD PARA EL TURISMO COMUNITARIO.
005	Ivette Pérez Hernández Damián Gibaja Romero	COOPERACIÓN Y TURISMO RURAL SUSTENTABLE.
006	Ana Silva Gando César Santana Moncayo	DIAGNÓSTICO DE LAS INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD FÍSICA Y MOVILIDAD REDUCIDA DE TRES HOTELES DE LUJO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.
007	Iván Analuisa Aroca Olga Rodríguez Ulcuango	COMPORTAMIENTO SOCIO CULTURAL DEL CIUDADANO DE LA PARROQUIA PICOAZÁ DEL CANTÓN PORTOVIEJO, PROVINCIA DE MANABÍ.
008	Alicia Jalón de Torbay	EL TURISMO Y LA INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO ULTURAL.
009	Mónica Carrión G. Gisella Párraga Mendoza	IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL BOSQUE PRTECTOR CERRO BLANCO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL-ECUADOR.
010	Lila Hasing Sánchez Víctor Vera Peña Ma. Magdalena López Rodríguez del Rey	LA RACIONALIDAD DIDÁCTICA DE LA PRÁCTICA PRE PROFESIONAL EN EL CURRÍCULUM DE LA CARRERA TURISMO: CONSIDERACIONES PARA UNA PROPUESTA.
011	César Santana Moncayo	LOS CORTEJOS FÚNEBRES EN GUAYAQUIL, ¿UNA TRADICIÓN CULTURAL PERDIDA?

012	Mónica Pérez Zulueta Franklin Mora Méndez Charlie Luna Carvajal	VALIDACIÓN DE UN PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE LOS COSTOS DE CALIDAD EN EL HOTEL "X".
013	Erick Suárez Domínguez Nadia Argudo Guevara	LA PESCA DEPORTIVA, UNA TENDENCIA TURÍSTICA EN BRASIL.
014	Ma. Victoria Izurieta Rodríguez José Forteza Pons Paola Plúa Terán	ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL SECTOR DE "LA FORTUNA" SALITRE.
015	José Hidalgo León Edison Chiriboga Cisneros	LA PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO INMATERIAL INDÍGENA MEDIANTE EL TURISMO DE BIENESTAR. CASO: COMUNIDAD SHUAR, PROVINCIA DEL GUAYAS
016	Gianella Rojas Figueroa José Forteza Pons Alina Sánchez Chávez	EL TURISMO CIENTÍFICO UNA ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO LOCAL. EL CASO DE PUERTO PIZARRO.
017	Mayumy Chang Flores César Santana Moncayo	ANÁLISIS DE LA ACCESIBILIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA PERSONAS CON MOVILIDAD REDUCIDA. CASO MALECÓN SIMÓN BOLÍVAR DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.
018	Paola Pozo Villavicencio Fernando Cevallos Ruales	ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LOS SERVICIOS QUE PRESTA DIAMOND CLUB S.A. EN LAS SALAS VIP DEL AEROPUERTO DE GUAYAQUIL.
019	Estefanía Durán O. Gisella Párraga Mendoza	EVALUACIÓN DEL POTENCIAL AGROTURÍSTICOS DE LA HACIENDA LA RUTA EN LA PARROQUIA CHONGÓN DEL CANTÓN GUAYAQUIL.
020	Mariana de Jesús Mites Cadena Edwin Oña Sánchez	ESTRATEGIA DE ORQUIDEAS EN COMUNIDADES DEL ECUADOR
021	Guido Poveda Burgos Elvira Ortega Décimavilla Jorge Rivadeneira Campoverde Viviana Coello Tumbaco	PROMOCIÓN DEL TURISMO INTERNACIONAL EN GALÁPAGOS COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE.

GESTIÓN DE LAS RELACIONES JURÍDICAS

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	Duniesky Alfonso Caveda Alejandro Domínguez Benavides Carlos Alcívar Trejo	EL APOORTE HISTÓRICO DE LAS FUENTES DEL DERECHO Y SU INTERRELACIÓN CON LA SOCIEDAD.
002	Fabiola Coello Arrata Mónica Llanos Encalada	RELACIÓN DEL PERFIL DE PERSONALIDAD Y EL PERFIL DE LA CARRERA: ESTUDIO PRELIMINAR EN ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE DERECHO DE LA UNIVERSIDAD ECOTEC.
003	Fidel Egas Chiriboga	“SOCIETARISMO” PARA EL DESARROLLO DERECHO SOCIETARIO “EN CLAVE VERDE”.
004	Gloria Lecaro Nath	EL NOTARIO Y SU POSIBLE ACTUACIÓN COMO MEDIADOR EN EL ECUADOR.
005	Rodney Mejía Garcés	LA AUDITORÍA JURÍDICA EMPRESARIAL, UN MÉTODO DE CONTROL LEGAL DE LAS COMPAÑÍAS ANÓNIMAS EN EL ECUADOR.
006	Jacqueline Cabanilla León	LA IMPORTANCIA DE LA ÉTICA EN EL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN DEL ABOGADO.
007	Gloria Lecaro Nath	LA IMPORTANCIA DEL DERECHO NOTARIAL EN MATERIA REGISTRAL.
008	Roger Nieto Maridueña	LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR.
009	Karla Fey González Jacqueline Cabanilla León	DERECHO A LA INTIMIDAD DEL CIUDADANO COMO TRABAJADOR.
010	María Miranda Carbo Carlos Feraud Elizalde	EL E-GOBIERNO
011	María José Macías Carlos Feraud Elizalde	ENMIENDAS O REFORMAS CONSTITUCIONALES 2015: ANÁLISIS JURÍDICO DEL PROCEDIMIENTO.
012	Ana Pico Aguilar José Flores Poveda Karla Ortiz Chimbo Carlos Alcívar Trejo	LA SEGURIDAD JURÍDICA Y LOS EFECTOS SOCIOPOLÍTICOS DE LAS REGULACIONES EN LAS IMPORTACIONES DEL ECUADOR.
013	Roger Nieto Maridueña	LA TRANSPARENCIA Y LA RENDICIÓN DE CUENTAS EN LA GESTIÓN PÚBLICA.

014	Jacqueline Cabanilla León	LA VIOLENCIA INTRAFAMILIAR CONSIDERADA DELITO EN EL ECUADOR A PARTIR DE LA VIGENCIA DEL CÓDIGO ORGÁNICO INTEGRAL PENAL.
015	Junther S. Juez Cabeza	EL DERECHO A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN EL ECUADOR: ¿GARANTÍA PLENAMENTE RECONOCIDA O RESTRINGIDA POR EL RESPETO A LA INTEGRIDAD AJENA?
016	Patricia Boderó Pesantes Duniesky Alfonso Caveda	FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y JURÍDICOS PARA LA EFECTIVA INTEGRACIÓN DEL SISTEMA DE NORMAS DE PROTECCIÓN DEL MEDIO HUMANO EN EL ECUADOR.

GESTIÓN DE LOS PROCESOS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	Roberto Passailaigue Baquerizo	GESTIÓN DE LOS PROCESOS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR.
002	Rosario Peláez López	ANÁLISIS PARA IMPLEMENTAR PLATAFORMAS EDUCATIVAS VIRTUALES A ESTUDIANTES DE BACHILLERATO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUI.
003	Patricia Muñoz Verdezoto	INCIDENCIA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN EL RENDIMIENTO ACADÉMICO DEL ESTUDIANTE UNIVERSITARIO.
004	Paula Villagómez De Oliveira E Souza	ANÁLISIS SOBRE MEDICIÓN EN TIC Y SUS AVANCES LOGRADOS EN LA GENERACIÓN DE NUEVO CONOCIMIENTO.
005	Odalys Marrero Sánchez	DE LA ACREDITACIÓN HACIA UNA CULTURA DE MEJORA CONTINUA EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR (IES).
006	Karina Chávez Garcés Olga Sánchez Mantilla	IMPLEMENTACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR.
007	Sofía Lovato Torres María Fernanda Villegas Diana Villavicencio Chancay Nuria Zambrano Camacho	EL ESTUDIO DE PERTINENCIA INCIDE EN LA ACREDITACIÓN DE LAS CARRERAS ADMINISTRATIVAS EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR. CASO UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
008	Evelyn Solís Avilés Carlota Delgado Vera Marcos Espinoza Mina	REDISEÑO MICROCURRICULAR BASADO EN COMPETENCIAS DE LA MATERIA DE PROGRAMACIÓN ORIENTADA A OBJETOS.
009	Emma Mendoza Vargas Jhon Boza Valle Laura Tachong Alencastro Harold Escobar Terán Badie Cerezo Segovia Elsye Cobo Litardo	DIAGNÓSTICO DE LA ALFABETIZACIÓN ACADÉMICA, EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO EN LAS CARRERAS DE CIENCIAS EMPRESARIALES
010	Franklin Calderón Quijano	PROPUESTA PEDAGÓGICA BASADA EN EL CONSTRUCTIVISMO PARA EL USO DE LAS TIC EN LA ENSEÑANZA Y EL APRENDIZAJE DE LA MATEMÁTICA.

011	César Castañeda Paredes	EL VALOR DE LAS TUTORIAS EN EL DESEMPEÑO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ECOTEC.
012	Jorge Rivadeneira Campoverde Guido Poveda Burgos Elvira Ortega Decimavilla Viviana Coello Tumbaco	DETERMINACIÓN DE LA ENDOGAMIA ACADÉMICA EN LA PLANTILLA DOCENTE DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL EN EL PERIODO LECTIVO 2015.
013	Oiner Gómez Baryolo Lizandro Molina Sabando	MODELO DE INTEGRACIÓN DE PROCESOS ACADÉMICOS Y ADMINISTRATIVOS EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR.
014	Johanna Navarro Espinosa Erika Ascencio Jordán	SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN, PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR (IES).
015	Ana Arellano Arcentales Glenda Blanc Pihuave	LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA COMO FACTOR DE ÉXITO EN LAS UNIVERSIDADES ECUATORIANAS PARA OBTENER LA CATEGORÍA "A".
016	Karla Ortíz Chimbo Carlos Alcívar Trejo Roberto García Viteri Wendy Piedrahita Veintimilla	LAS TICS Y SU APLICACIÓN EN LAS REFORMAS EDUCATIVAS DE LAS UNIVERSIDADES ECUATORIANAS.
017	Nadia González Rodríguez Patricia Muñoz Verdezoto	INFLUENCIA DEL LENGUAJE EN EL DESARROLLO DE LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ECOTEC-CAMPUS SAMBORONDÓN.
018	Patricia Muñoz Verdezoto	IMPORTANCIA DE LA ESTIMULACIÓN COGNITIVA DEL ADULTO MAYOR EN EL PROGRAMA DE VINCULACIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA.
019	Giraldo León Rodríguez Gilda Alcívar de Gilbert	TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS ORGANIZACIONES – CASO UNIVERSIDADES.
020	Laura Tachong Alencastro Jhon Boza Valle Emma Mendoza Vargas Galo Macías España Diana Cadena Briones Harold Escobar Terán Maritza Alcívar Saltos	FOMENTO DE LA LECTURA EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DEL SISTEMA DE NIVELACIÓN Y REGISTRO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO.

021	María Leonor Parrales Poveda Diego Sornoza Parrales Jaime Miller Zavala Edison Gracia Panta	EL DESEMPEÑO PROFESIONAL RETOS DE LA CONTEMPORANEIDAD.
022	Juan Sánchez Holguín Mario González Arencibia Juan Febles Rodríguez Dunia Colomé	UN MODELO DE APLICACIÓN DE TIC PARA MEJORAR LA CALIDAD EDUCATIVA EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR: CASO UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
023	Nelly Manjarrez Fuentes Eliecer Campos Cárdenas Rosaura Gutiérrez Valerio de May Ferrán Cabrero	RETOMANDO RAÍCES: IDENTITARIA EN EL CONTEXTO UNIVERSITARIO. CASO UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA.
024	Gustavo Fernández Villacrés Alexandra Arcos Naranjo María Angélica Barba Lucila de la Calle	OBJETOS VIRTUALES DE APRENDIZAJE PARA LA ENSEÑANZA DE TELEMEDICINA EN LAS UNIVERSIDADES: UNIANDES, UNACH Y U.T.A
025	Haydeé Yulán Negrete Marcos Espinoza Mina	ANÁLISIS Y PROPUESTA DE LA UNIDAD DE PASANTÍAS Y PRÁCTICAS PREPROFESIONALES PARA LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
026	Teresa Santamaría López Francisco Bravo Villagómez William Torres Samaniego	ESPACIO DE APOYO AL B-LEARNING HACIENDO USO DE LA HERRAMIENTA DE VIDEO-STREAMING RED51 EN LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE FILOSOFÍA.
027	Manuel Ramírez Pírez Ana Arellano Arcentales	VIRTUALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR: DEBILIDADES Y FORTALEZAS.
028	Narcisa Álvarez Naranjo	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO PARA EL NUEVO EXAMEN DE INGRESO EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DEL ECUADOR.
029	Denisse Salcedo Aparicio Jenny Rosero Lozano José Cruz Abril	HERRAMIENTAS COLABORATIVAS QUE APOYAN EL APRENDIZAJE CONSTRUCTIVISTA.
030	Rosario León Robaina Tania Macia Quintosa Rafael Sorhegui Ortega	LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR, DEMANDA DE LA SOCIEDAD ACTUAL.
031	María Monserratt Bustamante Chán Elizabeth Larrea Santos	CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL PROFESIONAL DOCENTE: RETOS E IMPLICACIONES.

032	Juan Carlos Rodríguez	DESARROLLO DE SIMULACIONES PEDÁGOGICAS EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR NO UNIVERSITARIA, MODELO DE GESTIÓN ACADÉMICA TECNOLÓGICO ARGOS.
033	Olga Barbán	ANÁLISIS CRÍTICO DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO, EFECTO EN JÓVENES TRABAJADORES. CASO ALUMNOS TECNOLÓGICO ARGOS.
034	Ramiro Sánchez Paredes	ESTUDIO DE CASO: DESARROLLO DEL PROCESO DE ADMISIÓN EN EL NIVEL SUPERIOR EN MODALIDAD ABIERTA.

MEDIO AMBIENTE Y SOCIEDAD

NO.	NOMBRE	TITULO PONENCIA
001	Francisco Sánchez Tortosa Ramón Zambrano Aveiga José Guerrero-Casado	PAISAJES AGRARIOS Y BIODIVERSIDAD: PAPEL DE LA COMPLEJIDAD ESTRUCTURAL.
002	Carlos González Arteaga	APROVECHAMIENTO DE LA MOLLEJA DE POLLO EN LA ELABORACIÓN DE MORTADELA ESCALDADA.
003	Ángela Cantos Macías Jorge Zambrano Muñoz	IMPACTOS GENERADOS POR LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN LOS RÍOS DEL CANTÓN CHONE.
004	Maydelin Estevez López Arturo Álvarez Arroyo	AUDITORÍA AMBIENTAL COMO INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL.
005	Hugo Crespo Cevallos	APROVECHAMIENTO DEL AGUA DEL ACUEDUCTO DE LA REFINERÍA DEL PACÍFICO PARA LA ZONA CENTRO-OCCIDENTE DE LA PROVINCIA DE MANABÍ, UNA PROPUESTA SOSTENIBLE.
006	Javier Pizarro Ruiz Maydelin Estevez López	COMPORTAMIENTO DE LOS RENDIMIENTOS DE SAL EN EL PROCESO DE EVAPORACIÓN A CAUSA DE LAS PRECIPITACIONES, ECUASAL C.A.
007	Bruno Bellettini Cedeño	SANEAMIENTO ADECUADO PARA ZONAS SISMICAS: UN APOORTE DE LA PERMACULTURA.
008	Eliott Jaime Carriel	LA ECONOMÍA ECOLÓGICA.
009	Francisco Pozo Miranda	PRESENCIA DE METALES PESADOS (CADMIO Y PLOMO) EN EL ESTUARIO DEL RÍO CHONE-MANABÍ, ECUADOR.
010	Jussen Facuy Delgado Ronny Santana Estrella Mirey Cruz Ordoñez Jonathan Samaniego Villarroel	"E-GARBAGE" RECUPERACIÓN DE MATERIALES (ORO, PLATA Y COBRE) Y SU VIABILIDAD FINANCIERA UN ESTUDIO AMIGABLE PARA EL MEDIO AMBIENTE.
011	Vanessa Lam Palacios	LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LA CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE. CASO CERRO PARAÍSO.

012	Guido Poveda Burgos	PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE, Y DESARROLLO SOSTENIBLE PARA PEQUEÑOS AGRICULTORES DEL ECUADOR MEDIANTE EL CULTIVO DE PIÑÓN.
013	Roberto Aguilera Peña	EL PLAN AMBIENTAL UN INSTRUMENTO DE GESTIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE CASO: CANTÓN DAULE-GUAYAS-ECUADOR.
014	Roberto Aguilera Peña	SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL APLICANDO LA NORMA ISO 14001 – 2004 INSTRUMENTO PARA GESTIONAR LA VARIABLE AMBIENTAL.
015	Michael Camchong Ayón Alina Sánchez Chávez	GETSIÓN DE RIESGOS PARA DESASTRES NATURALES Y/O ANTRÓPICOS. CASO MODELO OPERATIVO PARA EL COMITÉ DE OPERACIONES DE EMERGENCIA DEL CANTÓN GUAYAQUIL.
016	Vanessa Fonseca Arana Rubén Hermenegildo Chong Natalia Molina Moreira	CARACTERIZACIÓN DE NIDOS DE COLUMBINA BUCKLEYI (COLUMBIDAE) EN ÁREAS URBANAS.
017	Luisa León Vega	ECONOMÍA AMBIENTAL EN EL ECUADOR.



LÍNEA TEMÁTICA:

**TEORÍA Y
DESARROLLO
ECONÓMICO**

ISBN: 978-9942-960-07-8

001. MECANISMOS DE RESTRICCIÓN DE IMPORTACIONES: TIMBRE CAMBIARIO EN LA INDUSTRIA ECUATORIANA DEL CHOCOLATE Y SUS DERIVADOS PERIODO 2009-2015

Autores:

Ing. Evelyn Fabiola Pallasco Sarango. Ingeniera en Ciencias Empresariales con énfasis en Negocios Internacionales. Universidad Tecnológica Ecotec. fabihola64@hotmail.com

Ing. Nelson Guillermo Granja Cañizares, MBA. Doctorando Economía Universidad de La Habana. Coordinador de la Unidad de Nivelación. Universidad Tecnológica Ecotec. ggranja@ecotec.edu.ec

Resumen

El caso empresarial que se abordó fue “Mecanismos de restricción de importaciones: timbre cambiario en la industria ecuatoriana del Chocolate y sus derivados periodo 2009-2015, el objetivo general fue analizar los mecanismos de restricción de importaciones: timbre cambiario en la industria ecuatoriana del Chocolate y sus derivados periodo 2009-2015. Se efectuó una revisión de las teorías del comercio exterior, la dolarización y el tipo de cambio además de lo que es el timbre cambiario.

Se utilizó el análisis estadístico de los datos del sector de chocolates y derivados además de las propuestas elaboradas por el Centro de Investigaciones de la UEES, además de entrevistas a expertos en el tema,

Dentro de los resultados que se obtuvieron se deriva que no es conveniente la adopción del timbre cambiario ni ningún mecanismo que lesione el comercio exterior, el comercio interno y a los consumidores, además de que las salvaguardas no han desarrollado la industria, que el cacao sigue siendo de notable exportación y que los semielaborados crecen de a poco.

Se recomienda dado que no se suprimieron salvaguardas ni se adoptó el timbre cambiario que se estimule a los productores para que se transformen en exportadores, para lo cual las universidades deben promover una cultura exportadora y emprendedora.

Palabras Clave: Timbre Cambiario, Proteccionismo, Ecuador, Sistemas Económicos

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial todos los países han optado por mecanismos diferentes para proteger y desarrollar sus industrias, desde la planificación central en los países socialistas en los años 50 al 70 con la sustitución de importaciones, pasando por los Estados Unidos de América, Asia, y Europa donde se ha propuesto medidas a estimular el libre comercio a través de acuerdos y tratados.

Existen ciertos productos ecuatorianos que ingresan sin aranceles, es decir, por libre comercio. El tema de investigación se circunda entre las medidas de regulación de importaciones como lo son las sobretasas.

Desde el 11 de Marzo del 2015 el Gobierno Nacional del Ecuador en función de lo que estipulaba el Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994 (GATT) en su artículo XVIII, sección B, que por temas de desequilibrio externo en la balanza de pagos adoptó medidas para regular el nivel de importaciones, estableciendo salvaguardas a más de 2800 partidas arancelarias:

Artículo Primero.- Establecer una sobretasa arancelaria, de carácter temporal y no discriminatoria, con el propósito de regular el nivel de importaciones y, de esta manera, salvaguardar, el equilibrio de la balanza de pagos, conforme al porcentaje ad valorem determinado para las importaciones a consumo de las subpartidas descritas en anexo de la presente resolución.

La sobretasa arancelaria será adicional a los aranceles aplicables vigentes, conforme al arancel del Ecuador y los acuerdos comerciales bilaterales y regionales de los que el Estado Ecuatoriano es Parte contratante. Comité de Comercio Exterior (2015)

“...Con esta medida se graban a los productos importados con sobretasas que van entre el 5 y 45%. Y en la lista del 45% están los bombones, caramelos, confites y pastillas de dulce...”. Revista Líderes (2015)

Dentro de las partidas arancelarias que se regularon está la 1704901000: Bombones, Caramelos, Confites y pastillas. La importancia por la que se la analizará es que generalmente estos productos se importaban desde Colombia, Perú y Argentina, en detrimento de la industria nacional, lo que conllevaba a que las ventas de estas se vean afectadas y el sector no se desarrolle adecuadamente.

La dolarización funciona como una camisa de fuerza porque no es posible devaluar la moneda para promover las exportaciones, por tanto, la solución más idónea debería ser la competitividad reduciendo costos: de tal manera que con el mismo nivel de precios de los bienes exportables se pueda obtener una mayor rentabilidad.

Adicional a lo anteriormente expuesto los países vecinos responden a sus desequilibrios externos con devaluaciones de sus monedas, ejemplos esto son el peso colombiano y nuevo sol peruano y dado que Ecuador está dolarizado, esto implicó que las exportaciones ecuatorianas tengan un descenso; porque para estas

naciones importar productos desde el Ecuador les representaba tener más moneda local para obtener dólares.

Debido a que las salvaguardas eran de carácter temporal (fenecen gradualmente desde febrero 2016 hasta junio) y dada la caída de los precios internacionales del barril de petróleo, debe optarse por otra medida económica o fiscal que reduzca el déficit de la balanza de pagos.

El desarrollo de la industria nacional podría darse por la protección a las mismas por un tiempo determinado implementando programas orientados a mejorar la calidad en los productos y agregando valor a los mismos, que dista un poco de las salvaguardas que es lo que se había efectuado.

Respecto a los bienes de consumo se debe promover la libertad de elegir entre lo nacional y el importado, cuando se incrementa el consumo y el comercio se está ayudando a que la economía se reactive.

Ante lo anteriormente descrito se ha propuesto por parte del director del centro de estudios económicos de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Alberto Dahik, la adopción de un sistema de regulación e importaciones denominado “timbre cambiario”, lo cual ya en enero de este año fue ratificado por el Presidente en sus informes semanales.

La propuesta del timbre cambiario igual que su antecesora las salvaguardas serían medidas de carácter temporal, por tanto, otra solución viable es fomentar las exportaciones no petroleras hacia nuevos mercados.

Con estos antecedentes se plantea el problema de investigación: Determinar cómo afectará el uso de este mecanismo en la industria del Chocolate y sus derivados.

El objetivo general de la investigación es analizar los mecanismos de restricción de importaciones: timbre cambiario en la industria ecuatoriana del Chocolate y sus derivados periodo 2009-2015.

Los Objetivos específicos son los siguientes:

- Sistematizar las teorías sobre el comercio exterior para economías abiertas y cerradas así como la relación de estas con la dolarización y el tipo de cambio.
- Medir los efectos de la adopción de las salvaguardas y timbre cambiario en la industria ecuatoriana del chocolate y sus derivados.
- Efectuar una valoración crítica a las propuestas del centro de investigaciones de la UEES y del Gobierno Nacional.

El tipo de estudio que se va a efectuar es de carácter descriptivo porque la propuesta de timbre cambiario no ha sido aplicada nunca en Ecuador por tanto se hará un diagnóstico de la realidad presente para evaluar en términos cuantitativos el efecto de las medidas adoptadas por el gobierno.

El aspecto Innovador de esta propuesta es porque no ha habido ningún estudio acerca de la afectación de estas medidas en las importaciones de Bombones, Caramelos, Confites y pastillas además se debe valorar lo que sucedió con la medida anterior para ver si se estimuló el desarrollo de la industria y si realmente disminuyeron las importaciones y aumentaron las exportaciones.

DESARROLLO

Timbre Cambiario

El Timbre Cambiario tiene “el mismo efecto que la depreciación (de la moneda)” y con ese mecanismo se llegaría “al mejor de los mundos”, pues se tendrían “las ventajas de la dolarización, en cuanto a controlar la inflación, tener una moneda dura que nos permita endeudarnos a largo plazo, que permita la inversión extranjera y eliminamos su desventaja que es el sector externo. (Diario el Universo, 2015).

Continuando con el análisis se deben ver los antecedentes:

A nivel país en el año 1992, Ecuador tenía más de 5 años sin crecimiento significativo, de mantener estancadas sus exportaciones, no había logrado un aumento de la cantidad real de dinero (es decir los valores nominales monetarios descontando el efecto de la inflación), sin lo cual, por supuesto, no podía haber inversión privada productiva, por lo que Dahik se refería ya a un mecanismo similar a lo que propone hoy y que se cita a continuación:

“...Hicimos entonces algo que no había sido hecho nunca en ninguna parte del mundo: El tipo de cambio en el mercado libre estaba en 1700 sucres y el del Banco Central en alrededor de 1500. Devaluamos la moneda a 2000, es decir pusimos el tipo de cambio del banco central por encima del que existía en el mercado libre, con lo cual se cumplía uno de los objetivos que era anclar el tipo de cambio. Como estábamos en un régimen de desincautación y cambio libre, le ofrecimos al exportador la posibilidad de que entregara al Banco Central sus dólares de exportación, que normalmente iban al mercado libre, a 2000 sucres por dólar. Le ofrecimos también al importador que podía comprar en el Banco Central a un tipo de cambio de 2000 sucres los dólares para sus importaciones...” Dahik, Alberto (2015)

La Salvaguarda puede definirse como: “...una sobretasa o en la eliminación de una preferencia arancelaria. Se impone en casos de aumentos imprevistos de importaciones de un bien, generando daño o amenaza de daño a una rama de producción nacional y están reguladas, conforme al Artículo XIX del GATT de 1994 y el Acuerdo sobre salvaguardias de la OMC. En otros países esta medida puede revestir la forma de una cuota o restricción cuantitativa...” SICE (2016).

Comercio Exterior

El Comercio Exterior es el motor de las economías a nivel mundial porque radica en esto el superávit o déficit de la balanza comercial especialmente en países dolarizados como el Ecuador, que permiten sostener a la misma.

“...Las estadísticas del comercio internacional de mercancías se registran todos los bienes que se suman al acervo de recursos materiales de un país, o se restan de él, debido a los movimientos de entrada (importaciones) o de salida (exportaciones) de su territorio económico....” Banco Central del Ecuador (2011)

El tema del comercio exterior se ha debatido abiertamente desde el surgimiento de la economía, es decir, desde el siglo XVII donde Smith en había estudiado la competitividad de los países, este autor basa su teoría sobre dos pilares que son la especialización y la división del trabajo como un sinónimo de la prosperidad.

Debe entenderse que esto es muy importante dentro del contexto de la investigación porque es justamente el tema de que debe producir cada país lo que conlleva a utilizar sus recursos naturales y su mano de obra para ese fin, adicional a esto que en aquella época la riqueza de los países especialmente de Inglaterra iba en torno a exportar más de lo que importaba y esto se cuantificaba en las reservas de oro y plata. Smith, Adam (1794).

Continuando con la ilación del tiempo y autores aparece David Ricardo indica que aun cuando una nación es menos competitiva o eficiente que otra en cuanto a producción de mercaderías, existe una posibilidad de comercio mutuo, benéfico y recíproco.

La teoría de la ventaja comparativa menciona que existen mayores ganancias provenientes de la mayor producción en el bien en el que un país tiene una ventaja comparativa y al reducir la producción del otro bien, es decir, explotar el bien en el que se tiene una ventaja para que así se pueda aumentar el consumo de ambos bienes.

David Ricardo basó su ley de ventaja competitiva en los siguientes supuestos: a) Sólo existen dos países y dos mercaderías b) El libre comercio c) Perfecta movilidad de la mano de obra dentro de cada nación, pero la inmovilidad entre las dos naciones d) Costos de productos constantes e) Ausencia de costos de transportes f) Ausencia de cambios tecnológicos.

En este modelo, el único factor de producción es el trabajo, y los países difieren sólo en la productividad del trabajo en diferentes industrias. Los países exportarán los bienes que su trabajo produce de formas más eficiente e importarán aquellos que lo producen de manera relativamente ineficiente. (Ricardo, 1821)

Al analizar esta postura de Ricardo se puede ver que es abierta hacia el libre comercio pero basado en lo que los países tienen una ventaja natural y de costos, esto evita márgenes pequeños de ganancia para productores y logra que el comercio internacional se dinamice, en el caso de Ecuador un producto donde se puede aplicar esto es el banano.

Actualmente otros autores son determinantes en la conceptualización de la competitividad de las naciones estos son Liu & Hsu (2009) y Peña-Vinces (2010) además de Cho & Moon (2000), quienes proponían que en un mundo globalizado una simple teoría de intercambio comercial no puede explicar la prosperidad de las naciones, todos estos citados por Castro, Vasquez, & Vega (2015)

Como se pudo observar en los párrafos anteriores todas se centran en economías abiertas al mundo pero se debe ver la otra cara de la moneda respecto a las teorías sobre economías cerradas.

Una de estas es la Industrialización por sustitución de importaciones (ISI), con la cual de acuerdo a sus enunciados se maximizarían las exportaciones y se reduciría al mínimo posible las importaciones, todo ello con el fin de incrementar la riqueza nacional.

Esta teoría se basa en una política industrial activa que subsidia y dirige la producción de sustitutos, crea barreras al comercio con la colocación de altos aranceles, y aplica una política monetaria que mantiene sobrevaluada la moneda local. Correa (2007)

Es bajo ese principio que el gobierno nacional ha tratado de a través de sobre tasas y otras barreras al comercio de estimular la producción nacional como es este caso de estudio donde se pretende parar la importación de confites para que empresas locales puedan vender más a lo interno y poco a poco se desarrollen y se conviertan en exportadores.

El proteccionismo fue una política comercial clásica que se utilizó durante la época del mercantilismo, la cual ha ido declinándose históricamente en la medida en que se confirmaron los beneficios de las ventajas comparativas en el comercio internacional, con el consiguiente descenso en los precios finales a los consumidores.

La dolarización y el Tipo de cambio

Continuando con el análisis debe aterrizar el estudio en dos factores claves que son la dolarización y el tipo de cambio y cómo afecta esto al comercio del Ecuador con el mundo y viceversa.

La dolarización conceptualmente es lo siguiente: ***“...Consiste en adoptar la moneda estadounidense para realizar las diferentes transacciones que se realicen es dado territorio...”*** Conceptos y Definiciones (2016)

El Tipo de cambio en su definición más amplia es: “...El precio de una divisa con relación a otra, para el caso ecuatoriano de acuerdo a lo indicado por el Banco central del Ecuador se define, en líneas generales, como el índice de tipo de cambio nominal, deflactado por el índice de precios doméstico y ajustado por las variaciones relativas de los precios y tipos de cambio de los países con los que comercia el Ecuador. El año base del índice es 1994=100...” Banco Central del Ecuador (2011)

Como Ecuador es dolarizado no existe un tipo de cambio que se pueda devaluar o apreciar, es decir, la política monetaria desaparece y está supeditado a lo que haga el Federal Reserve Bank de los estados Unidos, y al 2016 el dólar está súper fuerte lo que conlleva a que países vecinos devalúen sus monedas como se lo explica en detalle en líneas posteriores.

Para comprender el tema de dolarización es importante recordar que este se estableció en S/. 25,000 que era el equivalente a 1 dólar americano, esto se debió a que cuando Sixto Duran Ballén había tomado las decisiones necesarias para poder enrumbar la economía, surgieron los problemas políticos, la crisis energética y finalmente la guerra del Cenepa en 1995, lo cual hizo que el crecimiento esperado se estancara. Naranjo (2004)

Otro factor importante dentro de la dolarización fue el plazo y las tasas para el endeudamiento, ya que los bancos pudieron ofertar nuevos créditos como el hipotecario que está en el 8% aproximadamente, así como plazos de hasta 25 años. La dolarización respecto al comercio exterior actúa como camisa de fuerza, por tanto la industria tiene que aprender a ser competitiva, es por este factor que se debe entender cómo afecta el tipo de cambio.

La devaluación de la moneda o Tipo de Cambio es un factor determinante que afecta en gran proporción a las economías de cada país, y se ve afectado por el nivel de precios de la moneda que se pretende compra en el exterior.

El tipo de cambio, es la cantidad de unidades de moneda extranjera que se puede obtener, con una unidad de moneda local. Un tipo de cambio a favor de una moneda débil beneficia a los exportadores ya que a mayor tipo de cambio, las ventas que se transformaban en dólares para pagar costos en moneda local les permitían tener un colchón financiero.

Una devaluación de la moneda extranjera frente al dólar tendrá un efecto positivo para los dos países que intervienen en la negociación; en primer lugar, las importaciones de Ecuador serán más baratas ya que con ese mismo dólar se podrá adquirir más moneda extranjera, mientras que para el otro país este cambio también lo beneficiará ya que sus exportaciones serán más productivas puesto que ellos recibirán dólares por la negociación y al realizar la respectiva conversión le quedará suficiente efectivo con el que pagarán sus costos de producción en sus monedas locales. (Samuelson & Nordhaus, 2010)

En el caso de Ecuador que está Dolarizado, es decir, posee una moneda con un tipo de cambio fijo, no se afecta su economía ya que no se puede aplicar una política monetaria orientada a la devaluación, que le ayude a contar con menores costos de producción como lo hace el resto de países, sin embargo el dólar en el mercado mundial constituye una moneda fuerte, permitiéndole una mayor capacidad de compra frente al resto de economías.

Ahora bien, una apreciación de la moneda extranjera frente al dólar puede generar un perjuicio inicial para los exportadores pero a su vez genera un beneficio para todos los consumidores ya que ahora poseen un mayor poder de compra. De la misma manera, esta apreciación de la moneda extranjera genera un beneficio para el sector importador que ahora tiene más poder adquisitivo en el mundo.

La dolarización puede ser que no sea la panacea es por esto que los países se han planteado como objetivo político económico el mantener la estabilidad monetaria ya que cuentan con mecanismos e instrumentos que le permiten influir en el nivel de precios y la cantidad de dinero en una economía, como por ejemplo la emisión de letras y bonos, regulaciones sobre la tasa de interés, regulaciones sobre el mercado financiero, y asimismo en el mediano plazo el sector exportador también se beneficiará ya que al manejarse con una moneda de mayor poder adquisitivo, tendrán la capacidad de importar insumos más económicos y ganar eficiencia y competitividad.

Por último, una moneda fuerte es generadora de confianza, y si a esta se le agrega un marco institucional de respeto por los derechos de propiedad, el país que tenga dicha moneda tendrá una gran fila de personas o empresas que querrán depositar allí sus ahorros.

Metodología

Respecto a la metodología a utilizarse se efectuará por un lado una revisión ligera de la actual situación económica del país, para poder después comprender la situación y el contexto del Cacao en el Ecuador, luego se va a hacer una revisión de las principales estadísticas a nivel mundial de la industria del chocolate y sus derivados, así como también las específicas de importaciones y exportaciones por partida arancelaria. Por otro lado se procederá a realizar entrevistas a personas que trabajan directa e indirectamente en el sector cacaotero. Con estos instrumentos metodológicos se podrá hacer un análisis a conciencia que luego permita valorar las propuestas de adopción del timbre cambiario tanto de la UEES como del Gobierno Nacional.

El supuesto es el siguiente:

¿La adopción del timbre cambiario impulsará el desarrollo empresarial de la industria del Chocolate y sus derivados?

Tenemos dos variables en esta investigación.

- Variable independiente (X): Timbre cambiario
- Variable dependiente (Y): desarrollo empresarial de la Industria del Chocolate y sus derivados

X: Indicadores independientes

X1: Propuesta de Centro de Investigaciones de la UEES

X2: Propuesta del Gobierno

Y: Indicadores dependientes

Y1: Exportaciones e importaciones de Cacao a nivel mundial

Y2: Exportaciones e importaciones Nandina (partida arancelaria)

Y3: Balanza de Pagos

Situación del Ecuador al 2016

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe indica en su análisis del año 2015 lo siguiente:

“...El progresivo deterioro de los precios internacionales de los productos básicos, las crecientes expectativas acerca de la suba de las tasas de interés por parte de la Reserva Federal de los Estados Unidos y (en menor medida) la progresiva desaceleración de las economías de la región se tradujeron en una depreciación de las monedas de aquellos países con tipos de cambio flexibles, en un contexto de volatilidad, especialmente los que están más integrados a los mercados financieros internacionales.

Así, el real brasileño se depreció respecto del dólar un 41% en los primeros 11 meses de 2015 en comparación con el mismo período de 2014, mientras que el peso colombiano se depreció un 36,9%, el peso mexicano un 19,4%, el peso chileno un 14,6% y el nuevo sol peruano un 12%.

Tomando como punto de comparación un momento anterior al mayor deterioro de las expectativas (junio de 2014), las depreciaciones son más marcadas, subiendo el tipo de cambio en el caso del Brasil un 68,9% y en el de Colombia un 58,3%....”
Comisión Económica para América Latina del Caribe (2015).

En el contexto del Ecuador la situación de su economía no es la mejor, puesto que la caída de los precios del crudo ha hecho que el gobierno tenga que tomar medidas orientadas a paliar el shock externo en el contexto de que el país se encuentra dolarizado.

A esto se suma el terremoto acaecido el mes de Abril del 2016 donde se estima que las pérdidas serían en el orden de los 3,000 millones de dólares para las provincias de Manabí y Esmeraldas principalmente, por lo que se van a poner medidas temporales que incluyen aumento de impuestos y contribuciones salariales, entre otras.

Antes del terremoto se adoptaron medidas de salvaguarda pero debe tomarse otra decisión al respecto por lo que o se deben favorecer a las exportaciones o tratar de evitar importaciones de bienes que se puedan producir en el país como se contextualizó en el marco teórico respecto a las economías cerradas. El país está en recesión y se espera un mínimo crecimiento para este 2016.

Situación del Cacao al 2015

Las encuestas de coyuntura realizadas por el Banco Central del Ecuador indican al 2015 lo siguiente:

- La encuesta se la realizó en las provincias de: Manabí, Guayas, Los Ríos, Esmeraldas, Santo Domingo de Los Tsáchilas, Azuay, El Oro y Cañar.
- Por su parte, en la provincia de Manabí, las condiciones de las plantaciones fueron normales en la mayoría de cantones investigados, sin embargo en el verano la escasez de lluvias, el aumento de los precios de los fertilizantes y pesticidas afectaron a las inversiones de los productores para el mantenimiento de las mismas, a pesar de ello no dejaron de realizar las podas necesarias para lograr rendimientos por hectárea mayores a los del año anterior, por lo que se espera para 2016 un crecimiento promedio de 5%.
- En el resto de cantones (El Carmen, Olmedo, Santa Ana y Rio Chico) la producción de cacao fue favorable, es así que las otras variables (rendimientos y volumen) fueron mayores, teniendo un crecimiento de 15%, respecto a similar período de 2014. Los rendimientos alcanzados en 2015, en los distintos cantones manabitas fueron los siguientes: en el Carmen 40 qq/año de la variedad CCN-51, que los comercializaron en USD 120, con un margen de ganancia del 10%, respecto al período anterior. La aceptable producción de cacao se debe a la incorporación de nueva producción, de aquellas plantaciones que se cultivaron hace 2 años; Chone con un promedio de 15 qq/ ha (cacao nacional) y 40 qq/ha (variedad CCN-51), mismos que fueron vendidos en USD 110, sin que exista diferencia por la variedad del producto, sin embargo estimulados por el precio los agricultores han realizado nuevas inversiones para el cultivo de cacao, aumentando en 10%, respectivamente.
- Dentro de las políticas de apoyo del gobierno a los productores se estima como deficiencia a la falta de asistencia técnica, los agricultores necesitan de capacitación para mejorar el tratamiento a las plantaciones y mejorar su productividad.
- Es así que, el número de créditos aprobados por el BNF en el período enero-diciembre de 2015, se incrementó en 38.18%, es así que la entidad estatal entregó 4,278 empréstitos, y con relación a similar ciclo del año anterior, el banco público adjudicó 3,096 créditos. De igual manera, si comparamos los montos concedidos en el mismo período de estudio de 2015, el BNF desembolsó USD 17, 271,023 para producción de cacao, lo que significa un crecimiento de 35.03%, con relación a los USD 12, 790,632 que costó en 2014, igual a una variación absoluta positiva de USD 4, 480,391.
- El costo de producción real para el cultivo de una hectárea de cacao a nivel de las zonas investigadas se incrementó, como resultado del alto precio de los insumos y pesticidas, pasando de USD 3,500 a USD 3,700. Según los resultados agregados, el 50% de los entrevistados afirma que los agricultores aumentaron

sus inversiones en el período investigado, debido al incremento en el pago de la mano de obra (jornal) y el alto precio de los insumos.

- El precio del quintal de cacao pagado al productor, en las zonas investigadas durante 2015, registró valores promedio de USD 104, con un incremento del 4% respecto al año anterior. Banco Central del Ecuador (2016)

Respecto a la situación del sector en cuanto a las exportaciones se puede anotar lo siguiente:

- En cuanto a producto terminado que representan apenas 1.1 mil toneladas métricas (TM) entre lo cual se encuentran chocolates, barras, tabletas, coberturas, bombones la más representativa fue la partida 180690 que corresponde a chocolate y sus presentaciones con 824 toneladas seguido de la partida 180632 que son los chocolates sin relleno con 131 TM.
- Respecto a la evolución de las exportaciones de cacao en grano han ido en franco crecimiento siendo en el 2011 la cantidad de 190 toneladas métricas y cerrando al 2015 con un total de 260 es decir la industria ha crecido en 5 años un 36.84%.
- Pese a lo anterior sin embargo los elaborados de cacao significan un 12% y los chocolates apenas un 0.8% al año pasado lo que denota que Ecuador sigue exportando la materia prima.
- En cuanto a la calidad del grano el cacao arriba superior época ASE representa el 47% de las exportaciones seguido del CN51 con un 30% y finalmente el cacao arriba superior selecto ASS con el 18%.
- Estas variedades se exportan principalmente a Estados Unidos (91.3 TM); Holanda (34.1 TM); Malasia (21 TM); México (19.1 TM); Canadá (11.7 TM); Alemania (11.6 TM); Bélgica (10 TM).
- En cuanto al precio al 2016 está en \$3.137 (Abril 2016) y respecto a esto la situación al 2015 fue la siguiente: “ ...Los futuros de cacao para entrega diciembre abrieron sin cambio hoy a \$3,095. Los precios de cacao inicialmente subieron a \$3,105 antes de caerse \$36 a \$3,069. El cacao de diciembre se dio la vuelta y subió de nuevo a \$3,105 antes de caer otra vez y terminar en territorio negativo...” INTL FCStone Inc. Nasdaq: INTL (2015)

Los indicadores a nivel mundial son:

- A nivel de Latinoamérica el país con mayor oferta es Brasil, en Centroamérica México, después Estados Unidos, a nivel Europeo Francia y Alemania y en cuanto a Asia están China y la India, todos estos datos cortados al año 2014. Para Ecuador los mercados brasileño, mexicano y americano son fuertes competidores para poder ingresar debe ser con valor agregado.
- Respecto a las importaciones el panorama cambia un poco puesto que lidera los Estados Unidos seguido de Alemania e Inglaterra, luego se encuentran Canadá, México, China, España, Argelia, entre otros. A nivel de importadores sigue siendo para Ecuador sus destinos tradicionales los del continente americano pero

existen nichos de mercado a los cuales se podría llegar como el continente Africano y Asia, por lo que dentro de las políticas del Gobierno deberá estar la diversificación de las exportaciones.

A nivel de partida Arancelaria:

- Los países a los cuales Ecuador exporta se puede observar que el 81.28% del total de las exportaciones están destinadas a Brasil, Argentina, México, Irlanda y Colombia. Es interesante porque se nota que la industria como tal se dio cuenta que el negocio no está en la protección que el gobierno pudiere otorgar sino en la búsqueda de nichos de mercado que tengan ventajas naturales y ahorro en costos de transporte como por ejemplo es Brasil.
- Respecto a las importaciones estas siguen siendo de los países a los cuales la medida arancelaria intentó evitar que ingresen los productos, es decir, Colombia, Perú y Argentina, pero su análisis respectivo se ampliará en la siguiente sección, sin embargo si se puede afirmar que la teoría de David Ricardo que se referenció en la sección del marco teórico es válida puesto que el Ecuador no tiene una ventaja comparativa frente a estos dos países.
- Se puede observar en la información de importaciones y exportaciones de la partida 170490100 que se ha exportado más de lo que se ha importado pero el comercio bilateral con Colombia y Perú sigue siendo negativo.
- De acuerdo a la información de las exportaciones de confites de Colombia se puede ver que su principal destino es Venezuela, y que existe un comercio hacia Perú también; Ecuador figura en el quinto destino de las exportaciones colombianas por lo que se reafirma el tema de que este país exporta más de lo que importa en esta partida arancelaria.
- Respecto a Perú se puntualiza el hecho de que entre Colombia y Perú existe dinamismo en su balanza bilateral comercial, a diferencia de Ecuador que es el tercer destino.
- Es de vital importancia señalar que pese a la cercanía existente entre Ecuador, Colombia y Perú, al menos en esta partida no existe un flujo de comercio tripartito, es decir, para Colombia y Perú el mercado no es atractivo, de aquí se desprende el hecho de que las transnacionales tomen a Ecuador, Perú y Colombia y sus resultados de ventas como regionales y no por separado.

Respecto a la Balanza de Pagos:

- Se ha procedido a hacer un análisis de acuerdo a la información disponible y a efectos de profundidad en el análisis económico de una manera trimestral y al ver la data de manera transversal se observa que las necesidades de financiamiento han ido aumentando debido principalmente a la disminución de la reserva monetaria de libre disponibilidad y justamente a la poca inversión extranjera directa lo que se une al saldo deficitario de la balanza comercial.
- De este hecho se desprende que Ecuador haya tenido que recurrir a créditos de China y otros países porque como se dictaminó en la revisión y fundamentación

teórica al no poder devaluar el país estos son los mecanismos de ajuste disponibles.

Análisis de las propuestas

Timbres para negocios de exportación e importación

Explicación del presidente Correa

ENLACE CIUDADANO DEL 14 DE NOVIEMBRE.

- 1**

Actualmente, los exportadores venden al extranjero y reciben una devolución tributaria en dólares. El presidente plantea que se reciban "timbres", es decir, papeles que equivalen a un monto de dinero.
- 2**

Señala que solo los productos importados considerados suntuarios tienen aranceles. Se eliminan los aranceles para materias primas y bienes de capital.
- 3**

Los importadores solo pueden pagar los aranceles con los "timbres".
- 4**

Los exportadores pueden vender a los importadores los timbres que recibieron del Gobierno. El método es por subasta.

EJEMPLO

Si un exportador recibe \$ 10 en "timbres", los puede vender a \$ 20. El importador compra el "timbre" en \$ 20 y paga \$ 10 en aranceles.

\$ 10 EN ARANCELES

Propuesta de Alberto Dahik

- 1**

Se deben eliminar todas las salvaguardias y todos los cupos de importación existentes.
- 2**

En adelante, todo importador que quiera traer mercancías tiene que adquirir un cupo de dólares para poder hacer su trámite.
- 3**

El cupo de dólares debe ser comprado en una subasta.

\$ 1'000.000
\$ 1'200.000
\$ 1'235.000
- 4**

Los cupos de dólares para importar son decididos por un comité formado por el Banco Central, el sector privado y la banca.
- 5**

El monto que se paga por el acceso al cupo de importación pasa a un fondo que es usado para incentivar a los exportadores.

EJEMPLO

Si un importador quiere traer a Ecuador \$ 20 millones en mercancías, necesita un cupo de \$ 10 millones. Ese cupo es subastado. Si el precio es determinado en \$ 1 millón, el importador terminaría con tener un egreso total de \$ 11 millones.

\$ 10'000.000
\$ 1'000.000
\$ 11'000.000

Fuente: Enlace Ciudadano 450 y Alberto Dahik. EL UNIVERSO

Dahik (2015) indica que el 'timbre cambiario' es un programa temporal, idealmente de un año, para desmontar las salvaguardias e impuestos a las importaciones y compensar la pérdida de competitividad de los exportadores.

No es una medida aislada sino parte de un programa que incluye una disminución en el gasto público y corte de subsidios.

1. Se eliminan todas las salvaguardias, los cupos y las prohibiciones de importar.
2. Se establece un solo arancel general "X" (podría ser del 15 al 18 por ciento) que también debe ser pagado por el sector público.
3. Para importar se requiere comprar "timbres cambiarios" por el monto que se desee, indistintamente del producto.

Antes de importar, las empresas tendrían que comprar un 'timbre'. El precio de ese 'timbre' se fijaría mediante una subasta en la cual todos los agentes económicos -

públicos y privados- participarían en igualdad de condiciones. El sistema financiero manejaría aquel mecanismo.

Supongamos que al final de una subasta el precio del 'timbre' cierra en 5 dólares y que ese 'timbre' le da a su dueño -al ganador de la subasta- la posibilidad de importar 50 dólares. La mercadería traída del exterior, le costaría al importador 55 dólares, es decir un 10% más, por el costo del "timbre". Maldonado(2015)

Dentro de lo planteado por el Centro de Investigaciones de la Universidad Espíritu Santo deben hacerse tres observaciones:

1. El timbre cambiario puede verse como un impuesto, cuyo ente recaudador sería el Banco Central del Ecuador quien a su vez repartiría a los exportadores.
2. Los importadores se verían afectados y los exportadores beneficiados al obtener algo adicional por sus dólares, todo lo cual repercutirán en el comercio tanto a los que venden los productos como a los que compran los mismos.
3. Al pretender un tipo de cambio flexible se ataca a la dolarización, ya que con un tipo de cambio fijo que sería el equivalente se suprime el riesgo cambiario.

Dentro de la propuesta del Gobierno asimismo se hacen las siguientes observaciones:

1. Se eliminan los aranceles para bienes de capital y materia prima, lo que incentiva la producción
2. El timbre sería la única forma de pagar los aranceles para lo cual estos se obtienen por subasta.
3. El Banco Central deberá tener los dólares necesarios para implementar la medida pero no se puede obligar a exportadores a vender y se debe instrumentar el mecanismo de subasta debidamente para que no existan abusos.

CONCLUSIONES

Al analizar los mecanismos de restricción de importaciones: timbre cambiario en la industria ecuatoriana del Chocolate y sus derivados periodo 2009-2015, se puede observar que no es conveniente la adopción del mismo y que debe suprimirse toda barrera al comercio exterior.

De acuerdo a la sistematización de las teorías sobre el comercio exterior para economías abiertas y cerradas así como la relación de estas con la dolarización y el tipo de cambio se establece que si se va a adoptar una postura de protección a la industria por un periodo no mayor a 3 años.

Se midieron los efectos de la adopción de las salvaguardas y estas no han desarrollado la industria, el cacao sigue siendo la primera exportación, los semi elaborados crecen lentamente, el timbre cambiario no fue adoptado se extendieron las salvaguardias hasta el 2017.

Se efectuó una valoración crítica a las propuestas del centro de investigaciones de la UEES y del Gobierno Nacional, y La propuesta de Dahik ni la del gobierno es conveniente ahora especialmente para Manabí, zona cacaotera por excelencia.

Para profundizar el análisis se consultó a dos especialistas en el tema, el uno desde el punto de vista económico estimó que la adopción del timbre cambiario o cualquier mecanismo que vaya contra el libre mercado de mercancías es perjudicial para el Comercio Exterior pero dada la coyuntura el gobierno ha hecho los ajustes desde la óptica de lo fiscal es por esto el tema de las salvaguardias y su extensión hasta el 2017.

Desde el punto de vista tributario el uso de los timbres para pago de aranceles debería tener un incentivo no sólo para el exportador sino también para el importador, por ejemplo que si la importación fue hecha con este mecanismo él pueda pagar otros impuestos y no sólo los aranceles, es decir como incentivo tributario.

Bibliografía

- Asociación Nacional de Exportadores de Cacao del Ecuador. (2016). *Brochure Institucional* . Guayaquil: Anecacao.
- Banco Central del Ecuador . (2011). *Metodología de la Información Estadística Mensual*. Quito: Dirección de Estadística Económica.
- Banco Central del Ecuador. (2016). *REPORTE DE COYUNTURA SECTOR AGROPECUARIO*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Castro, S., Vasquez, E., & Vega, J. (2015). ECUADOR, PERU Y COLOMBIA: ¿COMPETIDORES O COMPLEMENTARIOS SUDAMERICANOS? ANÁLISIS DE SU COMPETITIVIDAD GLOBAL. *Revista Global de Negocios*, 1-17.
- Comisión Económica para América Latina del Caribe. (2015). *Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe* . Santiago: Cepal-Naciones Unidad.
- Comité de Comercio Exterior. (2015). *Resolución No. 011-2015*. Quito: Registro Oficial.
- Comité de Comercio Exterior. (2015). *Resolución No. 11 -2015*. Quito: Registro Oficial .
- Conceptos y Definiciones. (1 de Abril de 2016). *conceptodefinicion.de*. Obtenido de *conceptodefinicion.de*: <http://conceptodefinicion.de/dolarizacion/>
- Correa, R. (2007). *De banana republic a no republica*. Quito: De bolsillo.
- Dahik, A. (2015). El Timbre Cambiario. *Vistazo*, 10-12.
- Dahik, Alberto. (2015). Ponencia Diagnóstico Economía Ecuador. *Ponencia Dahik UDLA* (págs. 38-42). Quito: Universidad de las Américas.
- Diario el Universo. (27 de Diciembre de 2015). Gobierno de Ecuador ve al Timbre Cambiario como opción a las salvaguardias. *Diario el Universo*, págs. 2-5.
- INTL FCStone Inc. (Nasdaq: INTL). (2015). *Informe futuros commodities*. Nueva York: INTL FCStone Inc. (Nasdaq: INTL).

- Maldonado, G. (15 de Octubre de 2015). El Timbre Cambiario. *Diario El Comercio*, págs. 2-4.
- Naranjo, M. (2004). "Costos del abandono de la dolarización". *Íconos No. 19, FLACSO-Ecuador*, 66-70.
- Revista Líderes. (2015). *Subió el precio de la Nutella*. Quito: El comercio.
- Ricardo, D. (1821). *On the principles of political economy, and taxation*. Londres: Jhon Murray.
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2010). *Economía con aplicaciones a Latinoamérica*. México: Mc. Graw Hill.
- SICE. (20 de Febrero de 2016). *Glosario de Comercio Internacional y Definiciones Contenidos en TLC*. Obtenido de SICE: http://www.sice.oas.org/Glossary/Direconglarios_s.pdf
- Smith, Adam. (1794). Investigación de la naturaleza y causas de las riquezas de las naciones. En A. Smith, *Investigación de la naturaleza y causas de las riquezas de las naciones* (págs. 1-100). Valladolid: Viuda e Hijos de Santander.

002. “ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN ECUADOR Y ESPAÑA DESDE LA PERSPECTIVA DEL DESARROLLO SUSTENTABLE”

Autores:

Daniela Cristina Flores Echeverría
dfloresec@gmail.com
Ingeniera en Administración de Empresas
Universidad Ecotec- Ecuador

Elba Calderón Farfán.
ecalderon@ecotec.edu.ec
Doctorante en Ciencias de la Educación
Universidad de la Habana
Docente Titular – Universidad Ecotec- Ecuador

Abstract

This work takes place in the city of Guayaquil where companies that meet the basic parameters of Corporate Social Responsibility, specifically within the perspective of sustainable development are analyzed. After making a comprehensive study within the business sector using an exploratory method, the partial knowledge is diagnosed in companies the proper functioning of CSR to ensure the sustainability of their processes in time. It is considered necessary to propose improvements to facilitate the impact on the sustainable development of CSR in Ecuadorian companies.

Keywords:

Responsability, stakeholders, sustainability.

Resumen

El presente trabajo se desarrolla en la ciudad de Guayaquil donde se analizan empresas que cumplen los parámetros fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial, específicamente dentro de la perspectiva del desarrollo sustentable. Luego de hacer un estudio general dentro del sector empresarial utilizando un método exploratorio, se diagnostica el conocimiento parcial en las empresas del correcto funcionamiento de la RSE para lograr la sostenibilidad de sus procesos en el tiempo. Por lo que se considera necesario proponer mejoras que faciliten la incidencia en el desarrollo sustentable de la RSE en las empresas ecuatorianas.

Palabras claves:

Responsabilidad, stakeholders, Sostenibilidad.

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial es un valor que muchas empresas han adoptado con el pasar de los años, consolidándose en los últimos tiempos como una necesidad para el bienestar de las sociedades del futuro. Las buenas prácticas y estrategias creadas para alcanzar un bienestar en los diferentes campos que abarca este tema son indispensables para que grandes corporaciones a nivel mundial sigan produciendo al mismo nivel con un impacto menor en los sectores tales como ambiental, económico y social.

Este valor agregado le permite a la empresa y a sus directivos recapacitar y tomar nuevas medidas en cuanto a su forma de dirigir y orientarlas hacia un futuro de la mano del desarrollo sostenible, un aspecto muy importante para la preservación de su misma producción o existencia.

La Responsabilidad Social tiene como base fundamental la incorporación de valores éticos, la inclusión de la sociedad y la comunidad, el medio ambiente junto con sus comunidades y reúne un amplio conjunto de políticas y programas que integran los procesos y toma de decisiones de las empresas.

Hoy en día, las empresas asumen un compromiso para contribuir al desarrollo económico sostenible de su país, esto se da a través de colaboraciones a empleados, familias, comunidad local y por supuesto la sociedad con el objetivo claro de crear una mejora sustancial en sus vidas.

Las empresas buscan explotar sus prácticas de manera sostenible, desarrollando las mismas de manera abierta y transparente para servir como ejemplo a demás empresas y así poder formar en dimensiones amplias e integradoras compromisos con la sociedad y comunidad sobre lo que conlleva a las empresas y sus líderes a realizar este tipo de cambios en el desarrollo de sus procesos.

La Responsabilidad Social Empresarial correctamente aplicada en una empresa genera conciencia no solo dentro de la empresa que sería la principal interesada en los resultados, sino también tiene impactos indirectos. Los empresarios deben concebir el desarrollo económico de la mano con el desarrollo humano, de hecho, estas características son seriamente analizadas por inversionistas antes de decidir en ingresar a una empresa.

La Responsabilidad Social Empresarial, busca ser en el tiempo la fuente de crecimiento y desarrollo de las empresas, enfocándose en devolver socialmente los beneficios que ha obtenido la empresa ya que el objetivo principal de éstas es el incremento de rentabilidad y sustentabilidad con el pasar del tiempo. Ser socialmente responsable como empresa es de gran interés hoy en día, si desean

incrementar la rentabilidad de un negocio, esto es asumiendo un sinnúmero de obligaciones y compromisos éticos y legales.

Esta investigación se enfoca en las estrategias tomadas por empresas de países desarrollados, donde las empresas han adoptado medidas que incluyen la Responsabilidad Social como aspecto fundamental al momento de realizar sus prácticas y procesos. Identificando empresas que han desarrollado su producción basándose en buenas prácticas orientadas en la Responsabilidad Social Empresarial haciendo negocios basándose en principios éticos y apegados a la Ley ya que la empresa tiene un rol ante la sociedad muy importante y ante el entorno en el que se desenvuelve.

A través de esta investigación se determinarán los factores o problemas que inciden para que las empresas ecuatorianas no logren mantenerse en el tiempo de manera sostenida en todos los ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial. Para lo cual se identificó los principios de Responsabilidad Social Empresarial en cuanto al desarrollo sustentable en España, para proponer mejoras en las prácticas de RSE en las empresas ecuatorianas.

Marco Teórico

¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?

Cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. Eso es responsabilidad social (Drucker, 2000).

La Comisión Europea (2001) define la responsabilidad social como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”... “Ser socialmente responsable no significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo “más” en el capital humano, el entorno y las relaciones con sus interlocutores” (Europea, 2001).

Baltazar Caravedo (1996)“La responsabilidad social de la empresa es una visión y filosofía empresarial que sostiene que ésta puede y debe jugar un rol más allá de hacer utilidades o ganancias. Es también una conciencia de que lo que las empresas producen tiene impactos directos e indirectos dentro y fuera de la compañía” (Caravedo, 1996).

La Asociación para las Naciones Unidas en España (2005) define la RSC como “ el compromiso voluntario que las empresas hacen para la mejora social, económica y ambiental” (ANUE, 2005).

¿Qué es el desarrollo sustentable?

Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer las capacidades que tienen las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades (Naciones Unidas, 1987).

Temas relacionados con la RSE

- Medio Ambiente
 - Lugar de Trabajo
 - Derechos Humanos
 - Inversión Social Comunitaria
 - Mercado
 - Valores y Ética
- (CEPAL)

¿Cuáles son las características de la RSE?

- Activa
- Voluntaria
- Involucra el aspecto económico, ambiental y social
- Auto Regulado
- Rentable

¿Cuáles son los beneficios de que brinda a la empresa la RSE?

- Reducción de los costos operativos
 - Mejoramiento del clima laboral en la empresa
 - Disminución del ausentismo laboral y rotación del personal
 - Incremento de la motivación del recurso humano
 - Mejoramiento de la eficiencia y productividad del trabajo
 - Mejoramiento de las relaciones interpersonales
 - Mejoramiento de la imagen de la empresa
 - Incremento de valor de la empresa
 - Desarrollo de la confianza y la lealtad del recurso humano
- (CERES, 2008)

Conceptos asociados a la RSE

Stakeholders:

Los *stakeholders*¹ son los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad ten- dente al logro de los objetivos de la compañía. (Freeman, 1984)

Stakeholders significa en español: “participante”, “inversor”, “accionista”. Y es que, desde el punto de vista empresarial, este concepto se utiliza para referirse a los grupos de interés para una empresa.

El término Stakeholder lo acuñó Freeman (1984) y lo definió como todas aquellas personas o entidades que pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa.

En términos simples, los stakeholders pueden ser definidos como todos los actores sociales que, producto de las decisiones y objetivos de una empresa se pueden ver afectados, ya sea de forma positiva o negativa. Así, por ejemplo, los dueños de una compañía, sus trabajadores, la comunidad donde ésta opera y sus proveedores, entre otros forman parte de este grupo.

Existen dos tipos de grupos de interés:

Primarios: Los stakeholders primarios son fundamentales para el operar de una organización. Este grupo incluye a quienes tienen alguna relación económica con el negocio, como, por ejemplo, los accionistas, los clientes, los proveedores y los trabajadores.

Secundarios: Los stakeholders secundarios son aquellos que no participan directamente en el intercambio con una empresa, pero que sí pueden afectar o verse afectados por las acciones de ésta. En esta categoría están los competidores, los medios de comunicación y las ONG’s, entre otros.

Voluntariedad:

El desarrollo de las prácticas de responsabilidad social debe ser voluntario, tal como se la caracteriza, por parte de las empresas. Se debe basar en una cultura ética empresarial ajustada a la realidad, exigencias y requerimientos de los llamados grupos de interés o *stakeholders*.

¹ Stakeholders: Aquellos grupos que pueden afectar o ser afectados por el logro de los propósitos de la organización.

Debido a que esta cultura ética empresarial no se desarrolla de forma obligatoria, no se tiene ninguna justificación para que las acciones de Responsabilidad Social Empresarial sean impuestas de manera obligatoria por otros actores involucrados (Cambio, 2009).

Identidad y Sostenibilidad:

La Responsabilidad Social Empresarial se la entiende como un esquema integral de funciones compartidas entre diferentes involucrados que forman parte de la actividad empresarial. La cadena de valor empresarial, es un mecanismo de apoyo para el desarrollo de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, la cual permite identificar el impacto económico, social y ambiental de las prácticas. De esta manera, a través de evaluaciones se diseñan planes de acción y estrategias para alcanzar el desarrollo sostenible (Cambio, 2009).

Relación con los "grupos de interés":

Debido al desarrollo a nivel internacional entorno a los negocios se consideran aún más a los *stakeholders*, lo cual indica que las empresas no rinden cuentas solamente a sus accionistas sino también toman decisiones compartidas con los demás involucrados, desde empleados, gerentes, y clientes hasta organizaciones sociales (Cambio, 2009).

RSE en las empresas ecuatorianas

Según Merco (MERCO, 2015), el top 10 de empresas en Ecuador involucradas con la Responsabilidad Social son:

Tabla: Ranking de Empresas ecuatorianas: TOP 10

1	Corporación Favorita
2	Pronaca
3	Nestlé
4	Holcim
5	Movistar Telefónica
6	Cervecería Nacional
7	Coca-Cola
8	Claro
9	Escuela Superior Politécnica del Litoral
10	Unilever Andina

Fuente: (MERCO, 2015)

Guías G3 y G4: Global Reporting Initiative

“Es una guía donde constan un conjunto de principios que tienen como finalidad definir el contenido de la memoria y garantizar la calidad de la información divulgada” (Global Reporting Initiative, 2011).

Norma ISO 26000

“La Norma internacional ISO 26000, guía sobre responsabilidad social, ofrece una guía global pertinente para las organizaciones del sector público y privado de todo tipo, basada en un consenso internacional entre expertos representantes de las principales partes interesadas, por lo que alienta la aplicación de mejores prácticas en responsabilidad social en todo el mundo” (ISO, 2010).

Pacto Mundial

“Un llamado a las empresas a alinear sus estrategias y operaciones con los principios universales de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción, y tomar acciones que permitan avanzar en los objetivos sociales” (Naciones Unidas, 2000).

RSE en las empresas españolas

Según Merco (MERCO, 2015), el top 10 de empresas en España involucradas con la responsabilidad social son:

Figura 3: Ranking de Empresas españolas: TOP 10

1	Once y su Fundación
2	Mercadona
3	Inditex
4	Caixabank
5	Iberdrola
6	Repsol
7	La Fageda
8	Telefónica
9	Ikea
10	BVA

Fuente: (MERCO, 2015)

Diagnóstico

La Responsabilidad Social se ha desarrollado en muchas empresas ecuatorianas con el pasar de los años, éste se ha convertido en un valor fundamental dentro del ámbito empresarial para el desarrollo de sus prácticas.

En base a lo expuesto anteriormente, se realizó una investigación sobre cuáles serían los factores que ocasionan que las empresas ecuatorianas no logren mantenerse de forma sostenida en el tiempo relacionándose con todos los ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial.

En las grandes empresas familiares o de muchos años de trayectoria, se encontró que aplican principios de RSE, vinculándose en diferentes ámbitos tales como el cuidado del medio ambiente, retribución a la sociedad, inclusión social y económica y certificaciones de la buena implementación de sus prácticas.

Dentro de la información recabada de diferentes fuentes, se identificaron los posibles factores que, en el caso de las empresas ecuatorianas, serían las causas principales por las cuales muchas de las empresas no aplican bien las prácticas relacionadas a la Responsabilidad Social Empresarial.

A continuación, se desarrolla un Diagrama de Ishikawa donde se analiza cada posible causa de este problema identificado, para luego proponer mejoras que faciliten el desarrollo sostenible de las empresas ecuatorianas y que a su vez las mismas logren crecer y desarrollarse de manera sustentable sin perjudicar a generaciones futuras.

Diagrama de ISHIKAWA

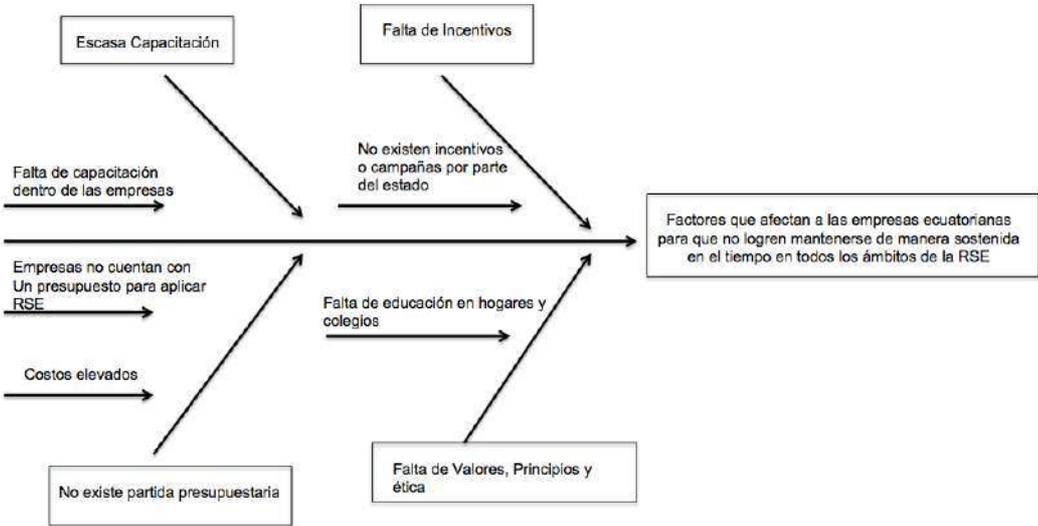


Figura 4: Factores que inciden en la sostenibilidad de las empresas

Fuentes: (CEPAL) (Naciones Unidas, 2000) (RED CERES, 2013) (Pacto Mundial) (Gobierno de España) (CEMDES) (WBCSD)

Elaborado por: Autoras

Causas

Capacitación

Falta de capacitación dentro de las empresas

La capacitación es la base fundamental que deben proveer las empresas a cada uno de sus empleados para lograr alcanzar un comportamiento ético y legal. Un negocio debe tener bases fundadas con valores; sus dueños deben preocuparse por la calidad de los conocimientos y experiencias que sus empleados adquieren a diario. Es importante que los líderes sean los que creen conciencia entre los demás.

Al no existir la debida capacitación del personal que labora dentro de las empresas pueden incurrir en faltas graves y errores garrafales perjudicando no solo a la empresa sino al consumidor. Las empresas deben realizar frecuentemente capacitaciones sobre sus procesos y prácticas para que sus empleados sientan seguridad al momento de ejecutar procesos y demás órdenes que reciban de sus superiores. Un empleado bien capacitado es un empleado seguro y confiado.

Incentivos

Falta de Incentivos por parte del Estado

Ser socialmente responsable no es una obligación ante el estado, más bien es opcional dentro de las empresas en la actualidad. Muchas empresas han optado por incluir dentro de sus prácticas un sinnúmero de herramientas que aportan un valor agregado a los resultados que obtienen las empresas, los mismos que benefician y perduran en el tiempo. La implementación de herramientas adecuadas no solo beneficia a los empleados y sus familias, también benefician al consumidor y a la empresa ya que la misma se hace más rentable en el mercado.

El gobierno ecuatoriano no otorga ningún beneficio a las empresas que realizan prácticas relacionadas con la Responsabilidad Social, ésta es una debilidad fuerte ante las mismas. Muchos empresarios aún tienen como principal objetivo la obtención de ganancias sin preocuparse por los efectos que puedan tener sus procesos y procedimientos. Existen empresas que a pesar de las múltiples opciones que tienen en el mercado para inclinarse a ser socialmente responsable no lo hacen

porque no lo ven como una obligación ni como un aspecto necesario que deban cumplir.

Ante esta gran oportunidad, el estado debería impulsar la responsabilidad social en las empresas incentivándolas con ciertos beneficios relacionados con la actividad específica de la empresa en la actualidad.

Presupuesto

Las empresas hoy en día, debido a la dura situación económica que atraviesa el mundo, intentan continuar con su producción y funcionamiento. Los costos de producción y mantenimiento de las mismas cada vez aumentan más, debido a esto sus dueños recortan gastos que consideran innecesarios. La Responsabilidad Social Empresarial es una inversión al largo plazo, la cual muchos consideran un gasto no necesario para que las empresas continúen funcionando exitosamente. Si bien es cierto, la implementación de cambios en procesos y demás, conlleva a que las empresas inviertan un poco más de lo que lo considerado en su presupuesto, es por esto que muchos sostendrán su mismo funcionamiento ya que esto implicaría un gasto adicional que muchos, consideran poco relevante.

Ética, Valores, Principios

La Responsabilidad Social no es una normativa, ley o dictamen por parte del estado o gobierno, es más bien la vinculación de varios aspectos como legal, ético, moral y ambiental, siendo una decisión muy personal por parte de la empresa. Es por ello que, muchas empresas en el país no sienten la obligación de aplicar este tipo de prácticas al momento de desarrollar sus negocios, muchas aún se rigen dentro de los parámetros antiguamente manejados donde solo tenían la necesidad de producir para generar utilidad sin tomar en cuenta los resultados negativos a corto y largo plazo.

Para que las empresas logren alcanzar un punto de equilibrio donde se encuentren satisfechos con el tipo de producción que llevan a cabo o con su forma de llevar el negocio en general, y con el resultado que refleja hacía la sociedad, las empresas y sus directivos deben buscar el favorecimiento de los ciudadanos dentro de la sociedad incluyendo valores éticos y morales, bases fundamentales para llevar resolver cualquier problema de este tipo.

Tipo de Estudio Realizado

La presente investigación se desarrolla a través de diferentes tipos de estudios teóricos para el análisis de la información de una manera íntegra basada en la lógica y relacionando el estudio de hechos particulares y a su vez estableciendo semejanzas con fenómenos culturales dentro de la historia de este tema.

Los tipos de estudio escogidos son:

Teóricos

- Histórico – Lógico
- Análisis – Síntesis
- Inducción – Deducción

Periodo y Lugar donde se desarrolla la investigación

El presente estudio de caso se desarrolla en la ciudad de Guayaquil, desde el mes de febrero a mayo del año 2016.

Universo y muestras escogidas

El presente caso de estudio por ser una investigación cualitativa, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno, por lo cual no amerita la selección de un universo y muestra.

Métodos empleados

El método de investigación a utilizar será el método cualitativo, el cual permite la identificación del problema a investigar, los participantes e información para su respectivo análisis y lograr generar como resultado final conclusiones en base a la interpretación de la información recolectada.

Adicionalmente, se utiliza el método empírico de análisis documental para determinar el marco teórico y contextual de la investigación, así como las tendencias que manifiesta.

Procesamiento y Análisis de la información

En el presente estudio se analizaron diferentes empresas en Ecuador, en las cuales se aplican prácticas de Responsabilidad Social Empresarial para de esta manera, realizar un análisis comparativo con las empresas españolas que han logrado mantenerse en el tiempo de manera sostenida en todos los ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial.

Según Merco (2015), dentro del top 10 de las empresas ecuatorianas socialmente responsables se encuentra Corporación La Favorita, destacándose por sus fundaciones autosustentables enfocadas en la labor social beneficiando a grupos vulnerables con alta incidencia de pobreza en las áreas rurales y urbanas marginales del país.

La Corporación La Favorita, cuenta con certificaciones ambientales tales como Punto Verde, otorgada por el Ministerio de Ambiente. La obtuvo gracias al proyecto de generación de energía limpia, que desarrolla la central hidroeléctrica Calope de Enermax, y Agropesa. Para mantener la certificación Punto Verde, se realizaron auditorias de seguimiento para mantengan la certificación de empresa Eco-Eficiente, la cual fue otorgada por el Ministerio del Ambiente (Corporación La Favorita, 2015).

La empresa obtuvo este reconocimiento al cumplir 4 puntos verdes: Gestión total de desechos orgánicos, reducción de desechos plásticos, reutilización de agua residual tratada, eficiencia y mejoramiento del sistema de refrigeración de las cámaras frías, utilizando gases amigables (Corporación La Favorita, 2015).

Como resultado de sus esfuerzos, la empresa Maxipan parte de la Corporación La Favorita, logró reciclar 15,800 kilos de cartón, devolvió 2,960 kilos de plástico al proveedor para hacer otros productos, vendió 31,700 costales, y cambio de lámparas fluorescentes de 40 wats por lámparas tipo LED de 18 wats, que duran dos años de trabajo continuo (Corporación La Favorita, 2015).

Entre los proyectos que esta corporación ha realizado para el cuidado del medio ambiente señalan:

-  Derechos Humanos y Prácticas Laborales por el proyecto de intraemprendimiento “Favorita Innova”.
-  Consumo responsable por la campaña “Usemos siempre fundas reusables”, que se lanzó en 2015. La iniciativa logró que se reduzca el uso de fundas plásticas en más de tres millones.
-  Medio ambiente por el proyecto “Reducción de huella de carbono”.

(Corporación La Favorita, 2015)

La empresa Holcim Ecuador, desarrolla la responsabilidad social empresarial comprometiéndose con el desarrollo sostenible, se ve reflejado en sus políticas de seguridad, salud ocupacional y su compromiso con el cuidado del medio ambiente. La Fundación Holcim Ecuador es el brazo ejecutor de la inversión social de la empresa a través del trabajo y con la comunidad, uno de los pilares que forma parte de la política de responsabilidad social de este Grupo.

Holcim Ecuador forma parte de la Alianza Suiza por la educación en Ecuador, la cual busca juntar esfuerzos y emprender una iniciativa de desarrollo en el marco de la

Responsabilidad Social. Las empresas que participan en ella son Novartis, ABB, Nestlé, Sika, Roche y Holcim. Esta alianza es la primera y única de su tipo en el país. Esta alianza tiene como objetivo mejorar la calidad de la educación en al menos 11 escuelas: 5 en Quito y 6 en Guayaquil. Todo esto, con un permanente apoyo de voluntarios de las empresas participantes.

Holcim también forma parte de la Red de Empresas por un Ecuador libre de Trabajo Infantil, la cual se encarga de hacer conocer a todos sobre la problemática del trabajo infantil y la responsabilidad de toda la sociedad en erradicarlo. Esta iniciativa la lidera el ministerio de Relaciones Laborales con el apoyo de UNICEF, se facilitan el desarrollo de herramientas y asesoría técnica, seguimiento y apoyo a la implementación de políticas y buenas prácticas de erradicación de trabajo infantil en las empresas miembros de la Red. CERES y la Red del Pacto Global en Ecuador se han sumado como aliados estratégicos.

Telefónica Ecuador, entiende la responsabilidad corporativa como una manera de gestionar su negocio en relación con todos sus grupos de interés. En la medida en la que el grupo sea capaz de generar un impacto positivo con su actividad en el progreso económico, tecnológico y social de su entorno, y de ganar la confianza de sus grupos de interés, será capaz de garantizar su propia sostenibilidad como empresa. En definitiva, se trata de que sea tan importante conseguir los objetivos y resultados económicos y financieros como en la forma en la que se obtienen estos resultados.

Dentro de las políticas que mantiene Telefónica tiene la responsabilidad en la cadena de suministro. El objetivo de esta política es informar sobre la actitud y cumplimiento de estándares que esperan de sus proveedores, además de servir de guía para la difusión y sensibilización de comportamientos similares en su propia cadena de suministro. La política hace referencia a la totalidad de la cadena de suministro de Telefónica, aplicando tanto a proveedores directos como indirectos.

Por otro lado, en España tenemos diferentes empresas dedicadas a diferentes actividades económicas que permiten el desarrollo responsable de sus prácticas. La Fundación ONCE, se dedica a la realización o el impulso, de forma directa o concertada, de programas de integración social y prestaciones sociales para personas con discapacidad física, psíquica, sensorial o mental, destacando prioritariamente la formación y el empleo, así como la accesibilidad global y la superación de barreras de cualquier clase, y todo ello procurando necesariamente que las actividades de la Fundación no incurran gradualmente en la dinámica de ir sustituyendo, por vía de hecho, las obligaciones de los poderes públicos, en cualquier aspecto de la política sobre discapacidad.

Esta Fundación lleva a cabo sus fines mediante co-financiación de proyectos promovidos por entidades terceras. Adicionalmente, esta fundación recibe la

cooperación institucional con entidades público y privadas, las cuales juntan esfuerzos para que de esta manera puedan desarrollar sus actividades correctamente. Entre los objetivos de la fundación tenemos:



Empleo y Formación. La integración laboral para personas con discapacidad es la máxima prioridad de la Fundación ONCE. Desde el convencimiento de que la mejor forma de conseguir la normalización de los discapacitados es por medio de su inserción laboral, la Fundación ONCE destina el 70% de su presupuesto a su plan de inserción laboral y formación para el empleo.



Accesibilidad. La accesibilidad global es, tras la inserción laboral y la formación para el empleo, la segunda prioridad en la actuación de Fundación ONCE. Los programas de supresión de barreras y de potenciación de la accesibilidad llevados a cabo con el apoyo de la Fundación ONCE se dirigen, fundamentalmente, a cuatro ámbitos:

- Eliminación de barreras arquitectónicas.
- Potenciar la comunicación de las personas sordas, en sus entornos familiares, laborales, etc.
- Eliminación de barreras psicosociales.
- Accesibilidad a la sociedad de la información.

Entre las empresas más destacadas en España, se considera a la empresa Mercadona, compañía de supermercados de capital español y familiar. Esta empresa desde su fundación, su objetivo principal es satisfacer plenamente todas las necesidades de alimentación, limpieza del hogar e higiene personal de sus clientes, así como las necesidades relacionadas con el cuidado de sus mascotas. Su visión es conseguir una cadena agroalimentaria sostenible de Mercadona que la sociedad quiera que exista y sienta orgullo de ella, a través del liderazgo y teniendo a “El Jefe” como faro.

Este supermercado mantiene un compromiso constante con la formación de sus trabajadoras y trabajadores. Apuesta por su talento, que impulsa y refuerza, consciente de que invertir en intensificar sus habilidades y conocimientos no es solo invertir en el futuro personal y profesional de las personas sino en el de la compañía. En el 2015 esta empresa destinó 39 millones de euros precisamente para reforzar los conocimientos y habilidades de sus empleados. Una de las políticas que también forman parte de esta empresa es la salud y la seguridad en el trabajo, creen firmemente en que una política preventiva y eficaz, que se audita y mejora año tras año con la implicación de todos sus empleados y el objetivo principal de esta política es velar por la salud y seguridad de sus trabajadores.

Mercadona trabaja de cerca con todos los ejes del giro del negocio, por ejemplo, con sus proveedores. Esta compañía cree en el poder de la colaboración, ya que para ellos trabajar conjuntamente para crear y desarrollar una cadena agroalimentaria sostenible es uno de sus principios. Esta empresa forma parte de la Red Pacto Mundial desde el año 2011, por la defensa de los valores fundamentales en materia de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Dentro del ámbito del medio ambiente y sostenibilidad, esta compañía sostiene que la prevención es la mejor estrategia de gestión para una mayor eficiencia en el uso de recursos. Mercadona tiene un compromiso constante con la sostenibilidad, consciente de que los recursos naturales son un bien escaso que hay que proteger y aprovechar eficientemente. Por ello, desarrolla estrategias y planes de optimización basados en la prevención, en “hacer más con menos” siempre que añada valor a “El Jefe”, todo ello con el objetivo de reducir al máximo el impacto de su actividad en el medio ambiente.

Resultados y Propuesta de la Investigación

Como resultado de esta investigación se determinó que las empresas ecuatorianas que aplican la Responsabilidad Social Empresarial aún tienen una brecha que deben cerrar para el correcto funcionamiento de sus prácticas. Las empresas españolas, líderes en la Responsabilidad Social Empresarial, aplican estrategias que abarcan todos los ejes de esta, involucran a cada uno de los participantes, desde el cliente hasta el proveedor y jefes.

Las estrategias aplicadas por las empresas españolas, para el correcto funcionamiento de la Responsabilidad Social, giran en torno al bienestar de sus trabajadores, la sociedad, los accionistas, dueños, clientes, básicamente todos los grupos de interés relacionados con su actividad. Las prácticas aplicadas en estas empresas se basan en el desarrollo de proyectos de colaboración, en conjunto con aliados, esta es una de las estrategias que aplican las grandes empresas españolas.

El Gobierno juega un papel importante dentro de la Responsabilidad Social Empresarial en España, es por esto que, al no ser concebido este valor como una obligación ante el estado, crea el incentivo a las empresas de iniciar la aplicación de prácticas vinculadas a la Responsabilidad Social Empresarial. Uno de los factores más importantes que influye en el sector empresarial en España es básicamente la mentalidad que sus empresarios han formado durante los años, construir juntos para crecer juntos.

Dentro de sus estrategias, buscan crear estabilidad basada en relaciones de largo plazo que generen valor en ambas direcciones pensando siempre en sus

consumidores. La productividad de estas empresas empieza por la eficiencia en la cadena, conocer las necesidades de sus clientes y consumidores, sus proveedores y buscar la estrategia o estrategias que encajen dentro de sus objetivos para lograr alcanzar resultados eficientes ahorrando costes e innovando en tecnología y procesos.

Figura 5: Características de RSE en empresas Ecuatorianas

Empresa	Iniciativas	Certificaciones	Memoria de Sostenibilidad 2015	Adheridos a Iniciativas Internacionales
Corporación La Favorita	X	X		X
Holcim	X	X		X
Telefónica	X	X	X	X
Pronaca	X	X	X	X

Fuentes: Ministerio de Ambiente, Memorias Anuales 2015 (Telefónica y Pronaca)

Elaborado por: La Autora

El dialogo es un elemento muy importante para el desarrollo de prácticas dentro del ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial, la comunicación constante, transparencia y unión de conocimientos para una mayor planificación entre todos los componentes de la cadena, creciendo de manera compartida y sostenible.

Estas empresas buscan fomentar la iniciativa empresarial como valor diferencial clave para el desarrollo del país. Sus modelos basados en la confianza y transparencia entre los proveedores refuerzan las buenas prácticas para canalizar sus procesos y alcanzar como objetivo una sinergia entre cada uno de los involucrados. Los involucrados apuestan a la inversión constante, la productividad, la innovación, la optimización de recursos y la eficiencia en los procesos.

Las empresas ecuatorianas al practicar la Responsabilidad Social, se enfocan básicamente en la labor social, en la inclusión de las personas, derechos humanos y el cuidado del medio ambiente, pero no van más allá de ese enfoque. En contraste con las empresas españolas, estas abarcan un campo mucho más amplio que solo la labor social, estas van más allá involucrando a todos los grupos de interés para realizar una sola cadena de trabajo del mismo nivel. Adicionalmente, muchas de las empresas ecuatorianas que aplican la Responsabilidad Social lo hacen para cumplir ciertos parámetros o requerimientos internacionales y en otros casos, por cumplir con requerimientos de los *stakeholders* locales.

El gobierno ecuatoriano se ve involucrado en ciertas formas de aplicación de la Responsabilidad Social, si bien es cierto que no es una obligación aplicarla, ya que

la naturaleza de la misma es ser voluntaria, muestran interés sobre este tema. En países como España, el gobierno cuenta con un Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE) el cual es un órgano de asesoramiento y consultor que impulsa políticas públicas de la mano del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, para el fomento de la Responsabilidad Social de las Empresas del Gobierno de España.

En la actualidad se cuenta con diferentes instrumentos para facilitar la implementación de la responsabilidad social

- La Guía G3 y G4 del Global Reporting Initiative, las cuales sirven para elaborar memorias de sostenibilidad (Global Reporting).
- La norma ISO 26000, de adopción voluntaria y no certificable (Estandarización, 2010).

Por otra parte, empresas pequeñas o medianas, categorizadas como PYMES en Ecuador, tienden a realizar manuales de buen comportamiento y ética dentro de los parámetros y reglas a seguir dentro de sus instituciones, más no un plan de aplicación de prácticas de Responsabilidad Social dentro de la empresa. Por lo que se considera que, a través de programas de desarrollo de buenas prácticas en Responsabilidad Social Empresarial, se debería comprometer a las PYMES a implementar políticas de Desarrollo Sostenible, que les permita innovar en procesos, productos y servicios que generen nuevos beneficios para el giro del negocio.

Un negocio debe estar sustentado en los valores que deben enmarcar y mantener la compañía. Estas deben buscar un cambio de cultura, se pueden impartir seminarios, talleres sobre el tema, pero con el conocimiento no es suficiente, debe ser aplicable en el día a día. Para alcanzar el éxito sostenible debe haber una inducción permanente de los valores de la institución, además de hacer conciencia nacional, dentro de todos los niveles posibles. Dentro de estos niveles se incluyen los núcleos familiares hasta los colegios y universidades.

Para la implementación de planes y estrategias de Responsabilidad Social, se debe entender que son una serie de fases que conllevan a un resultado. La primera etapa consiste en la planificación, tanto estratégica como operativa. En la planificación estratégica se contará con objetivos estratégicos, políticas, misión, visión, etc. En la planificación operativa se dispondrá de objetivos específicos, metas y planes de acción, con los respectivos cronogramas y responsables encargados. La segunda etapa es la implementación misma, a fin de que la RSE sea integrada en las decisiones y operaciones diarias de la empresa. En esta etapa se realizará acciones de formación y adaptación al cambio, desarrollo y control documental e implementación y registros. La tercera y cuarta etapa son el seguimiento y control, a

fin de verificar el logro de resultados, en esta etapa se conformarán indicadores, se analizarán quejas y reclamos y se aplicará auditoría interna (Viteri & Jácome, 2011).

Uno de los actores principales en la aplicación de estas estrategias o en plantear estos planes de Responsabilidad Social Empresarial, debería ser el estado. Debido a la situación actual del Ecuador, y su conflictiva relación estado – sociedad, resultaría un poco complicada la ejecución de planes, por lo tanto, se considera la opción o alternativa que el estado sea quien impulse esta iniciativa de la mano de incentivos, para que los empresarios no lo vean como una obligación, sino que se cree la necesidad de iniciar un cambio dentro de sus empresas.

Si bien es cierto, la Responsabilidad Social debe ser voluntaria, tal como se la caracteriza, pero se considera que, si debe ser obligación del estado incentivar a los empresarios a inclinarse hacia el buen comportamiento ético en valores y responsabilidad con la sociedad y todos los grupos de interés, para que de esta manera no solo las empresas crezcan, sino que se abran puertas hacia el desarrollo internacional y a la inversión extranjera. Cabe recalcar, que hoy en día un aspecto fundamental que evalúan las grandes empresas a nivel mundial, es que si en los países, las empresas aplican buenas prácticas de responsabilidad social y en general si el país es socialmente responsable en la mayoría de los ámbitos en los cuales se relaciona, para ser considerados como opción de inversión a largo plazo.

Conclusiones

Para alcanzar el objetivo principal, de este trabajo, se investigaron las principales empresas que desarrollan sus actividades económicas enmarcadas en una estrategia de responsabilidad social, basadas en el desarrollo sostenible. Con la información recabada, se obtuvo una idea más clara de cómo se podrían aplicar diferentes estrategias en las empresas ecuatorianas, para que sean sostenibles en el tiempo.

Luego de diagnosticar la situación de las empresas ecuatorianas, se utilizó el diagrama de ISHIKAWA, con el cual se pudo sintetizar y representar cuales eran las falencias que se originan en las empresas ecuatorianas al momento de aplicar la responsabilidad social, lo cual nos ayudó a identificar cuáles eran los problemas principales que enfrentaban siendo estos: falta de capacitación dentro de las empresas, falta de incentivos por parte del estado, falta de liquidez y presupuestos ajustados en las empresas y la falta de educación en hogares, colegios y universidades.

Se determinó la necesidad de la aplicación de estrategias de responsabilidad social empresarial, la ética en el marco legal y social para lograr alcanzar el buen funcionamiento de las empresas ecuatorianas y alcanzar la sostenibilidad en el

tiempo como las empresas españolas lo han logrado. Las medidas recomendadas en base a las estrategias adoptadas por empresas españolas, son opciones para el mejoramiento y la inclusión de la responsabilidad social dentro de las empresas ecuatorianas de todos los tamaños.

Las empresas ecuatorianas que adoptan medidas de responsabilidad social empresarial enfocan su interés sobre todo en el área de derechos humanos, medio ambiente y labor social. Estas empresas que mantienen políticas relacionadas con la responsabilidad social, lo hacen por cumplir con requerimientos internacionales y requerimientos de stakeholders locales. Estas características son la base de las empresas ecuatorianas dentro del concepto parcial de la responsabilidad social que mantienen hoy en día.

Se identificaron los principios aplicados por parte de los diferentes actores de los grupos de interés en las principales empresas españolas, para la aplicación de mejoras en la ejecución de la responsabilidad social en las empresas ecuatorianas. Se pudo identificar la importancia de todos los involucrados en el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial, ya que mientras más involucrados y capacitados se encuentran se logra un mejor resultado, beneficiando a todos.

6. Bibliografía

Drucker, P. (2000). *La gestión en tiempos de grandes cambios*. . Ediciones Gestión 2000 S.A. 1996, p. 83.

Europea, C. (2001). *Libro Verde*.

Cepal. (n.d.). *Cepal*. From

<http://www.cepal.org/celade/noticias/paginas/8/12168/respempresarialglobal.pdf>

MERCO. (n.d.). *Merco España*. From <http://www.merco.info/>

De la Cuesta González, M. (2005). *Universidad del País Vasco*. From Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional:

<http://www.hegoa.ehu.es/congreso/bilbo/doku/bat/responsabilidadsocialcorporativa.pdf>

Leonitti, M., Duhourq, M., A. Martin, L., Inchauspe, S., Goytia, D., Franco, D., et al. (27 de 11 de 2013). *Avizora*. From

http://www.avizora.com/publicaciones/marketing/textos/etica_negocios_enron_0002.htm

López, C. (2000). *GestioPolis*. From La ética empresarial como fuente de ventajas competitivas:

<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/no%202/etica.htm>

Jiménez, T. (Enero de 2004). *GestioPolis*. From Código de ética del administrador de empresas:

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh/codetiade.htm>

MONTERREY, T. D. (2013). *TECNOLÓGICO DE MONTERREY*. From LA ÉTICA Y LA EMPRESA – IMPACTO SOCIAL:

<http://www.mty.itesm.mx/daf/deptos/d/responsabilidad/html/la-laet.htm>

RED CERES. (2013). *CERES Consorcio Ecuatoriano para a Responsabilidad Social*. From CERES Consorcio Ecuatoriano para a Responsabilidad Social:

<http://www.redceres.org/>

Viteri, J., & Jácome, M. (2011). *Universidad Tecnológica Equinoccial*. From LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: www.ute.edu.ec/modulos/revista011

http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf

003. FACTORES DE DECISION DE CAPITAL DE RIESGO EN PROYECTOS DE INVERSION.

Autor:

Christian Rosero Barzola, Dr (c)

chrosero@uees.edu.ec

Universidad de Especialidades Espíritu Santo

Ecuador

Resumen

Los inversores de capital de riesgo buscan financiar a las nuevas empresas o a las de rápido crecimiento a través de la participación de capital, con el fin de obtener altos rendimientos sobre su inversión. La comprensión entre la interacción de los factores de las políticas de decisión y los momentos de inversión, aumentará las posibilidades para la obtención de más inyecciones de capital en las empresas o nuevos negocios. El propósito de esta investigación es determinar los factores de las políticas de decisión de inversión en el financiamiento de proyectos. La investigación tiene un enfoque cualitativo, basado en un análisis del estado del arte de la literatura sobre el tema, acompañado de entrevistas a inversionistas. Los factores encontrados son el potencial económico, capital humano específico, disposición estratégica para el financiamiento y pasión.

Palabras Claves: Capital de riesgo, decisiones de inversión, factores

INTRODUCCION

Los denominados inversores son individuos pudientes que tienen fondos personales para proporcionar financiamiento a diferentes proyectos con el fin de obtener beneficios financieros (Bishop & Nixon, 2006; Hsu, Haynie, Simmons, & McKelvie, 2014). Por lo tanto, entre las diferentes opciones de recursos económicos que existen en el mercado, una de las más importantes son las inversiones de capital de riesgo o Venture Capital (VC), porque ofrecen altos rendimientos en comparación a otros instrumentos financieros (Franke, Gruber, Harhoff, & Henkel, 2008; Harrison & Mason, 2000). La investigación sobre los VC ha crecido en las últimas décadas en el campo empresarial y en el académico (Hsu et al., 2014; Trujillo Dávila & Guzmán Vásquez, 2008).

Hsu et al., (2014) definió a los VC como fuentes de financiamiento para disminuir la brecha del déficit de capital que pueden tener las empresas. Bishop & Nixon, (2006) los consideró como fondos gestionados por profesionales con el propósito de realizar inversiones de capital en el crecimiento de las empresas privadas con una estrategia de salida claramente definida. Devigne, Manigart y Wright (2016) los describió como inversores profesionales que toman participaciones en empresas jóvenes que presenten una orientación al rápido crecimiento, sean estas locales o internacionales. Dos Santos,

Patel, & D'Souza (2011) los consideró como inversores profesionales que financian a nuevas empresas que presentan altos riesgos pero que traerán altas recompensas, por lo que buscarán comprar participaciones, mientras estas sean privadas.

El capital de riesgo está dirigido a inversiones con un retorno potencialmente alto, cuyo propósito es apoyar la creación o crecimiento de nuevas empresas que tienen ciertas dificultades atrayendo financiación (Bishop & Nixon, 2006; Gompers & Lerner, 2001). Asimismo, es considerado una fuente de recursos para financiar la creación de nuevos proyectos que generen una alta participación de capital o que revitalicen la economía (Bruno & Tyebjee, 1984; Bygrave & Timmons, 1992; Franke et al., 2008; Macmillan, Siegel, & Subba, 1986; Muzyka, Birley, & Leleux, 1996; Shepherd, 1999; Zacharakis & Shepherd, 2004). En caso de no tener disponibilidad de recursos financieros estos inversionistas pueden acceder a créditos con mayor facilidad (Devigne et al., 2016).

Los VC se caracterizan por ser profesionales que normalmente proporcionan recursos financieros para la creación de nuevas empresas o el crecimiento de las actuales, con el objetivo de obtener ganancias financieras de corto plazo (Hsu et al., 2014). De la misma manera, son considerados visionarios muy selectivos en sus negocios, es decir, invierten en opciones atractivas que les proporcionen altos rendimientos (Franke et al., 2008; Narayansamy & Hashemoghli, 2012). Por otro lado, son calificados como expertos en la identificación de nuevas empresas o emprendimientos con un alto potencial, es decir, inversiones capaces de soportar el entorno competitivo (Zacharakis & Meyer, 2000).

Los VC invierten o proporcionan apoyo empresarial a las empresas jóvenes, maduras o proyectos que no pueden acceder fácilmente a créditos bancarios (Narayansamy & Hashemoghli, 2012). De la misma manera, es importante considerar que las empresas que obtienen el apoyo de los VC tienden a alcanzar una mayor tasa de supervivencia en comparación con las que no son apoyadas por estos inversionistas. (Sandberg, Schweiger, & Hofer, 1988). Al realizar dichas inversiones, el VC se puede convertir en un socio-propietario de la empresa o inversionista del proyecto, es decir, puede recibir acciones, participaciones, dividendos o ganancias (Hsu et al., 2014). Por tal motivo, los VC son considerados propulsores del crecimiento en una economía y creadores de fuentes de trabajo (Hsu et al., 2014; Trujillo Dávila & Guzmán Vasquez, 2008). Asimismo, los inversionistas de VC incentivan a la profesionalización del equipo directivo, supervisan el proceso del gobierno corporativo, impulsan el desarrollo de la productividad y estimulan la creación de nuevas ideas de innovación (Celikyurt, Sevilir, & Shivdasani, 2012).

Los VC se sienten motivados a invertir en sectores de alto crecimiento como el tecnológico, biotecnológico, software, telecomunicaciones, externalización de procesos de negocio (Imamuddin, 2009; Bruno & Tyebjee, 1984). Del mismo modo, invierten en proyectos que tengan un futuro prometedor con una alta participación de capital, convirtiéndose en catalizadores de la innovación en la economía (Bygrave & Timmons,

1992). Las actividades de inversión de los VC son secuenciales y comprenden varios pasos, este proceso de selección busca concentrarse solamente en un conjunto manejable de ofertas posibles. La etapa de evaluación implica una valoración de varios factores de decisión que varían según los escenarios que se presenten (Dixon, 1991). Los fondos provenientes del VC son también reconocidos por ser una fuente de recursos muy importantes para cubrir la brecha de financiamiento de los emprendedores (Bruno & Tyebjee, 1984); además han contribuido al crecimiento de las pequeñas empresas privadas (Bruno & Tyebjee, 1984; Wonglimpiyarat, 2016).

Los inversionistas de capital de riesgo deben de elegir entre diferentes alternativas de inversión en el mercado. Estas decisiones son muy difíciles de tomar, debido a lo exhaustivo y demandante que puede ser el proceso (Kastner & Stern, 2015; Livanas, 2011; Pennings & Wansink, 2004). Del mismo modo, es importante considerar que cada decisión de inversión implica su propio grado de incertidumbre, sin embargo, la combinación de todas ellas tiene un efecto multiplicador de grandes proporciones para las organizaciones, que se ve reflejado en el rendimiento (Bauer, Cosemans, & Eichholtz, 2009). De la misma manera, los inversionistas de VC se enfrentan a oportunidades de negocios que dependen de su conducta sobre la decisión que toman, y es en la evaluación de un conjunto de factores donde deben tener la capacidad de tomar las mejores decisiones para cada uno de los proyectos que se les presentan (Dotsis, Makropoulou, & Markellos, 2012; Hertz, 1979).

Los VC se enfrentan a varios problemas cuando realizan la evaluación de sus inversiones: (a) no cuentan con datos históricos en las variaciones de precios o en los dividendos; y, (b) no invierten en valores cotizados, a excepción de que la administración de una sociedad desee comprar nuevamente las acciones para que la empresa pueda regresar al carácter privado (Dixon, 1991; Celikyurt, Sevilir, & Shivdasani, 2014). Del mismo modo, el problema no solo está relacionado en la evaluación o retorno de sus inversiones en virtud de un conjunto de supuestos teóricos dados, la dificultad está en los diferentes factores que se consideran al momento de evaluar los posibles resultados que se pueden dar en estas inversiones dentro de las organizaciones (Hertz, 1979; Pennings & Smidts, 2000). Por tal motivo, el objetivo principal de esta investigación es determinar cuáles son los factores (potencial económico, capital humano específico, disposición estratégica para el financiamiento y pasión) que explican las políticas de decisión de los inversores de capital de riesgo en economías emergentes como la ecuatoriana.

DESARROLLO

El proceso de toma de decisiones de los VC está planteado para reducir riesgos como los del problema de agencia (Narayansamy & Hashemoghli, 2012). Autores como Boocock & Presley (1993), Fried & Hisrich (1994), Gluer (2003), Bruno & Tyebjee, (1984),

Hall (1989), Silver (1985) y Wells (1974) han planteado diferentes pasos sobre proceso de toma de decisiones de los VC.

Tabla 1

Proceso de toma de decisiones de capital de riesgo

Modelo de decisión	Proceso de decisión
3 pasos	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de inversión, selección de propuestas, evaluación de las propuestas (Wells, 1974).
4 pasos	<ul style="list-style-type: none"> • Trato de Originacion, selección de propuestas, evaluación de propuestas, acuerdo de estructuración (Tyebjee and Bruno, 1984).
	<ul style="list-style-type: none"> • Generar un flujo de operaciones, Proyección inicial, la debida diligencia y preparación de la hoja de términos (Gluer, 2003)
6 pasos	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda, proyección inicial, debida diligencia, estructuración de transacciones, progreso de monitoreo, reintegro (Silver, 1985).
	<ul style="list-style-type: none"> • Generar un flujo de operaciones, selección de propuestas, evaluación de apreciación, evaluación de propuestas, debida diligencia y estructuración de transacciones (Hall, 1989).
	<ul style="list-style-type: none"> • Trato de Originacion, pantalla específicas de la empresa, pantalla genérica, primera fase de evaluación, segunda fase de evaluación y cierre (Fried and Hisrich, 1994)
7 pasos	<ul style="list-style-type: none"> • Generar un flujo de operaciones, Proyección inicial, primera reunión, segunda reunión, Junta de presentación, la debida diligencia y estructuración de transacciones (Boocok and Woods, 1997)

Nota: Tomado de "Venture Capital pre-investment decision Making process: an exploratory study in Malaysia" por Narayansamy & Hashemoghli, 2012, Global Journal of Business Research, 6(5), p 51.

Entre todos los modelos de decisión propuestos, el modelo de Fried et al., (1994) fue el más usado y aplicado en distintas economías desarrolladas debido a que se adapta y responde más eficientemente a las hipótesis planteadas por los investigadores (Narayansamy & Hashemoghli, 2012; Silva, 2004). Por otro parte, los pasos del proceso de toma de decisiones de los VC han ido cambiando con el transcurso de los años debido al crecimiento de la competencia. Por tal motivo, las empresas cada vez buscan más financiación de los VC considerando que tienen más incertidumbre acerca de sus

inversiones, es decir, son más selectivos y consideran varios criterios al momento de otorgar sus fondos a empresas o a emprendimientos (Narayansamy & Hashemoghli, 2012).

Factores de decisión de los Venture Capital

Los estudios sobre los distintos factores que consideran los VC para evaluar inversiones u proyectos han sido de gran interés para investigadores del campo empresarial y académico (Bruno & Tyebjee, 1984; Franke et al., 2008, Macmillan et al., 1986; Muzyka et al., 1996). Del mismo modo, en los últimos años, investigadores han planteado varios factores de decisión de los VC con el fin de comprender su comportamiento de inversión. Los estudios más relevantes de los autores que analizaron los factores de decisión que motiva a los VC a invertir en una empresa o emprendimiento (Bruno & Tyebjee, 1984; Dhochak & Kumar Sharma, 2015; Dixon, 1991; Drover, et al., 2014; Hsu, et al., 2014; Macmillan, et al., 1985; Narayansamy & Hashemoghli, 2012; Van Deventer & Mlambo, 2008; Zacharakis & Meyer, 2000; Zacharakis & Shepherd, 2004).

Bruno y Tyebjee (1984) definieron que los factores de decisión que encontraron para estos inversionistas son: (a) atractivo del mercado, (b) acceso al mercado, (c) retiro de efectivo de futuros potenciales, (d) resistencia a las amenazas ambientales; y, (e) capacidades directivas. Por otro lado, Macmillan et al., (1985) establecieron otros factores de decisión que los inversionistas consideran relevantes al momento de financiar un proyecto: (a) personalidad del empresario, (b) experiencia del empresario, (c) características del producto o servicio, (d) características del mercado, y (e) consideraciones financieras.

Posteriormente, Dixon (1991) determinó los siguientes factores de decisión: (a) experiencia del empresario en el sector, (b) sector del mercado, (c) habilidad de marketing del equipo de gerencia, (d) crecimiento del proyecto, (e) grado de inversión, y (f) habilidad financiera. Otros autores realizaron investigaciones como Muzyka, et al., (1996) en donde establecieron otros criterios de decisión que los inversores consideran antes de invertir en un proyecto: (a) criterios financieros, (b) criterios de producto – mercado, (c) criterios estratégicos competitivos, criterios de fondos, (d) criterios de equipo de gestión, (e) criterios de competencia de gestión, (f) criterios de reparto.

Después, Zacharakis & Meyer (2000) definieron los siguientes factores: (a) familiaridad del mercado, (b) habilidad de liderazgo, (c) registro de puesta en marcha, (d) exhaustividad del equipo, (e) protección de la propiedad, (f) superioridad del producto, (g) tiempo para el desarrollo, (h) tamaño de mercado, (i) crecimiento del mercado (j) competidores directos, (k) fuerza de los competidores, y (l) Concentración del comprador. No obstante, en otro estudio Zacharakis & Shepherd (2004) consideraron que los factores de decisión de los VC son: (a) experiencia del liderazgo, (b) tecnología patentada, (c) familiaridad de mercado, (e) registro de puesta en marcha (d) tamaño del

mercado, (e) crecimiento del mercado, (f) número de competidores, y (g) fuerza del competidor.

Con el avance de los años, las investigaciones sobre los factores de decisión de los VC aumentaron debido al avance de la competencia y a la globalización (Sharma, 2015). Van Deventer & Mlambo (2008) establecieron que los factores de decisión eran: (a) honestidad e integridad del empresario, (b) buena aceptación en el mercado, y (c) una alta tasa interna de retorno (TIR). Por otro lado, Imamuddin (2009) determinó los siguientes factores: (a) personalidad del empresario, (b) experiencia del empresario, (c) las características del producto/servicio, (d) características del mercado, (e) características financieras, (f) las condiciones de entorno, y (g) la composición del equipo de riesgo.

Narayansamy & Hashemoghli, (2012) describieron criterios de decisión relacionado con: (a) inversión, (b) resultado y, (c) gestión. Drover, et al., (2014) establecieron factores como: (a) control percibido, (b) prestigio empresarial y, (c) atractivo oportunidad. Además, experimentó con la combinación de estos factores para determinar cuál era la que motivaba más a los VC a invertir en proyectos. Hsu, et al., (2014) definieron que los cuatro factores indispensables en la toma de decisiones de los VC son: (a) potencial económico, (b) capital humano, (c) disposición estratégica de los fondos, y (d) pasión. Por último, Monika Dhochak y Anil Kumar Sharma (2015) consideraron los siguientes factores: (a) personalidad del empresario, (b) experiencia del empresario, (c) productos y servicios, (d) mercado o industria, (d) contraprestación económica; (e) los riesgos y la falta de liquidez, (f) consideraciones financieras/fase de financiación, (g) tamaño de la cartera y el alcance (g) sindicación de los venture capital, y (h) habilidades de gestión.

En este estudio se utilizó los factores mencionados anteriormente para englobarlos en cuatro principales proporcionados por los autores Hsu et al., (2014), estos son: (a) potencial económico, (b) capital humano, (c) disposición estratégica para la financiación, y (d) pasión.

Potencial Económico

El potencial económico es considerado uno de los factores de la política de decisión para los inversores de capital de riesgo, se vincula al proceso enfocándose en los aspectos monetarios y económicos de los proyectos de inversión, con el fin de analizar los rendimientos esperados de las inversiones (Mason & Pierrakis, 2013). Los emprendedores o empresarios buscan a las inversiones de VC, cuando tienen proyectos con una alta relación rentabilidad-riesgo, atrayendo el financiamiento desde el punto de vista económico de la inversión (Celikyurt et al, 2014).

Los inversores de VC han desarrollado una variedad de mecanismos para superar los desafíos que enfrentan al momento de financiar el desarrollo o crecimiento de la empresa (Dos Santos et al., 2011). Se basan en las evaluaciones del mercado, analizan la viabilidad de nuevos productos, determinan los sitios potenciales para su desarrollo,

estudian a los compradores, proveedores y competidores, es decir, indagan sobre las operaciones del día a día de la empresa (Bruno & Tyebjee, 1984). En sus decisiones prefieren escoger la oportunidad que ofrece un buen rendimiento sobre la inversión, características financieras razonables y productos de mercado atractivos; incluso si la oportunidad de inversión no cumple con los requisitos generales de rentabilidad y reparto, analizan si es atractiva a medida que la industria va cambiando significativamente en términos de sofisticación y experiencia (Celikyurt et al, 2014). El entorno económico ha sido el factor de mayor atracción para los inversores de altos niveles de riesgo (Dixon, 1991).

Bruno y Tyebjee (1984) definieron el potencial económico a través de los siguientes criterios: (a) atractivo del mercado que se relaciona con el rendimiento esperado y depende de factores como el tamaño, crecimiento, y necesidad del mercado y, (b) acceso al mercado que depende de la capacidad del inversor cuando utiliza sus conocimientos para crear nuevos productos innovadores y entrar a un nuevo nicho de mercado. Por otra parte, Macmillan, et al., (1985) estableció que este factor está relacionado con los siguientes criterios: (a) características del mercado, y (b) características del producto o servicio. Los capitalistas de riesgo analizan la oportunidad que representa el bien o servicio y las barreras del mercado, es decir, ambos criterios son relevantes al momento de invertir en un proyecto debido a que les brindan un panorama y visión de los resultados (Macmillan et al., 1985).

Muzyka, et al., (1984) describió el potencial económico por medio de los siguientes criterios: (a) producto-mercado, afines con el tamaño del mercado, la madurez y el crecimiento, así como la ubicación del mercado y su sensibilidad a los ciclos económicos; (b) financieros, en referencia con todos los aspectos financieros presentes en las oportunidades de inversión; (c) estratégico, criterios competitivos relacionados con el posicionamiento estratégico de la oportunidad de inversión en su mercado y el producto. (Muzyka, et al., 1984; Van Deventer & Mlambo, 2008; Zacharakis & Meyer, 2000; Zacharakis & Shepherd 2004). Por otro lado, Dixon, (1991) consideró a este factor con los siguientes criterios: (a) sector del mercado, y (b) crecimiento del proyecto. Estos criterios dependen de la experiencia del empresario debido a que reduce el fracaso del proyecto y garantiza el retorno de la inversión (Van Deventer & Mlambo, 2008).

Zacharakis & Meyer (2000) consideraron que el potencial económico está relacionado con los siguientes criterios: (a) familiaridad del mercado, se refiere a la cantidad de años de experiencia en el mercado; (b) superioridad del producto, describió al número de experiencias del equipo en la estrategia para el producto; (c) tiempo para el desarrollo, se definió como el número de meses desde que se desarrolla la venta inicial con las previsiones en el plan de negocios; (d) Tamaño de mercado, se relacionó el número de competidores con la cuota de mercado; (e) crecimiento del mercado, se vinculó con la posición clave de la empresa en cuanto a la financiación; (f) concentración del comprador, se refirió a la cantidad de clientes potenciales en los

primeros años de la empresa; (g) competidores directos y, (g) fuerza de los competidores que se especificaron como la posición clave que se tiene frente a la competencia.

De la misma manera, Zacharakis & Shepherd (2004) consideraron los criterios anteriores e incorporaron uno nuevo para definir este factor como la tecnología patentada que lo relacionó con la protección de la propiedad y con la familiaridad del mercado que proporciona una ventaja competitiva porque contribuye a neutralizar las amenazas en una empresa. Por otra parte, Van Deventer & Mlambo (2008) vincularon el potencial económico con los criterios: (a) buena aceptación en el mercado, considerado como una clave para el éxito al momento de financiar proyectos y; (b) alta tasa interna de retorno, relacionado con la evaluación del desempeño de la empresa y medición del rendimiento en la industria (Van Deventer & Mlambo, 2008).

Imamuddin (2009) estableció los siguientes criterios para definir este factor: (a) características del producto / servicio, (b) características del mercado, (c) características financieras y, (d) condiciones de entorno. Este autor consideró que la principal preocupación que tienen estos inversionistas es la liquidez de la inversión que está relacionado con todos estos criterios. De la misma manera, Narayansamy & Hashemoghli (2012) vinculó este factor con el criterio de resultado que hace relación a la posibilidad de una alta tasa de retorno y al potencial de alta rentabilidad absoluta que lo relacionan con ganancias y los resultados.

Drover , et al., (2014) describieron a este factor con el criterio de control, es decir, control sobre las decisiones para supervisar y dirigir las acciones del empresario con el fin de incrementar sus ganancias. Estas decisiones se relacionaron con la modificación del equipo de gestión, la asignación de los flujos de caja o la capacidad de organizar la financiación. Por último, Dhochak & Kumar Sharma (2015) vinculó a este factor con los siguientes criterios: (a) Productos y servicios, (b) Mercado o industria y, (c) contraprestación económica que se relacionaron con las proyecciones y la información financiera para ayudar a los VC a seleccionar la inversión o financiamiento en un proyecto con alto potencial.

Tabla 2

Factor potencial económico

Autores	Factores
Bruno y Tyebjee, (1984)	Atractivo del mercado y acceso al mercado.
MacMillan et al., (1985)	Características del mercado y características del producto o servicio.
Muzyka et al., (1996)	Criterios financieros (tiempo al punto de equilibrio, tiempo de recuperación de la inversión, tasa de rendimiento esperada, capacidad de cobrar); criterios estratégicos competitivos (facilidad de entrada en el mercado, capacidad para crear barreras posteriores, compartir sostenidamente la posición competitiva, naturaleza y grado de competencia, fuerza de proveedores y distribuidores); y criterios de producto o mercado (grado de mercado ya establecido, estacionalidad del producto o mercado, tamaño de mercado, sensibilidad de los ciclos económicos crecimiento del mercado, singularidad de los productos y la tecnología, ubicación nacional de negocio, grado de comprensión del mercado de productos).
Dixon, (1991)	Sector del mercado y crecimiento del proyecto.
Zacharakis y Meyer, (2000)	Familiaridad del mercado, superioridad del producto, tiempo para el desarrollo, tamaño de mercado, crecimiento del mercado, concentración del comprador, competidores directos y, fuerza de los competidores.
Zacharakis y Shepherd, (2004)	Estacionalidad del producto o mercado, tamaño de mercado, crecimiento del mercado, tecnología patentada, número de competidores, y la fuerza del competidor.
Van Deventer y Mlambo, (2008)	Sector del mercado y tiempo para el desarrollo.
Imamuddin, (2009)	Características del mercado, características del producto o servicio, características financieras y condiciones del entorno.
Narayansamy y Hashemoghli, (2012)	Criterios de resultado (posibilidad alta tasa de retorno, y potencial de alta rentabilidad absoluta).
Drover et al., (2014)	Control percibido.

Dhochak y Kumar Sharma, Características del producto o servicio y (2015) contraprestación económica.

Nota: Tomado de "Venture Capital pre-investment decision Making process: an exploratory study in Malaysia" por Narayansamy & Hashemoghli, 2012, Global Journal of Business Research, 6(5), p 51.

Capital Humano Específico

El vínculo que se presenta entre los perfiles del capital humano de los empresarios, emprendedores y los inversionistas VC, están relacionados con el rendimiento esperado que se obtendrán de las diferentes decisiones de inversión (Westhead, 2008). El esfuerzo empresarial requiere de la suficiente confianza que se obtiene de la viabilidad y operatividad de las inversiones. Los empresarios tienen los conocimientos y habilidades para establecer con éxito un nuevo negocio, es decir, poseen la autoeficacia para tomar las mejores decisiones (Dimov, 2010). De la misma manera, el comportamiento empresarial crea una oportunidad para que los empresarios ganen por encima de la riqueza económica media (Busenitz, 1997).

La educación está directamente relacionada con la formación de capital humano, la competitividad y el desarrollo integral, lo cual permite que los hombres y mujeres adquieran mejores capacidades en la medida que aumenta su stock de capital humano, reflejándose en un aumento de la productividad de la organización (Schultz, 1960; Sharma, 2015). La visión de una empresa debe superar la visión estática del capital humano e investigar los procesos de aprendizaje (DeTienne, 2010). La adquisición y la transferencia de conocimiento hacia las tareas empresariales ejerce presión sobre las capacidades del procesamiento de información, por lo tanto, los sesgos heurísticos conducen a un proceso eficiente en la toma de decisiones de inversión, lo que implica limitaciones de tiempo que conducen a una susceptibilidad de los errores cognitivos (Celikyurt et al., 2014; Zacharakis & Shepherd, 2011).

Bruno y Tyebjee (1984) definieron el capital humano a través de las capacidades directivas que se relacionan con las habilidades de gestión de varias áreas funcionales de negocio. MacMillan, et al., (1985) vinculó este factor con los siguientes criterios: (a) experiencia del empresario y, (b) personalidad del empresario. Estos autores consideraron que estos criterios son las características más relevantes debido a que definen la imagen del empresario en un mercado cada vez más competitivo. De la misma manera, Dixon (1991) estableció la relación del capital humano con los siguientes criterios: (a) experiencia del empresario, y (b) habilidad de marketing del equipo de gestión. Este autor considera que un buen equipo de trabajo con experiencia disminuirá el fracaso y aumentará las probabilidades de rendimientos altos en la inversión de un proyecto (Dixon, 1991).

Muzyka, et al., (1996) definieron los siguientes criterios: (a) equipo de gestión, se relacionó con el potencial de liderazgo y experiencia del equipo y el historial y trayectoria del empresario y; (b) competencia de gestión, se vinculó con las habilidades del capital humano en diversas áreas como: capacidad de marketing, proceso, organización y financiera. Zacharakis & Meyer (2000) establecieron que los criterios que se relacionan con el capital humano son: (a) habilidad de liderazgo, y (b) exhaustividad del equipo debido a que hacen referencia al promedio de años de experiencia y al desempeño de los empresarios en el sector.

Van Deventer & Mlambo (2008) establecieron que los criterios que tienen más peso en el proceso de toma de decisiones de los VC son aquellos que están

relacionados con el empresario, personalidad, integridad y la experiencia. Por tal motivo, estos autores lo vincularon con la honestidad e integridad del empresario que se definió como la manera correcta de llevar a cabo sus acciones al momento de crecer en el mundo empresarial. Imamuddin (2009) estableció los siguientes criterios para definir el capital humano: (a) personalidad del empresario, y (b) experiencia del empresario. Estos hacen referencia a la calidad de empresario, es decir, a la capacidad de dirigir un negocio.

Drover et al., (2014) definieron los criterios: (a) control percibido, y (b) prestigio empresarial debido a que los VC dependen de criterios y características relacionadas al prestigio, control y calidad del empresario por lo que juegan un papel importante en las políticas de decisiones de inversión. Desde la expectativa del VC, un alto control es deseable cuando se hace acuerdos con empresarios prestigiosos debido a que puede reducir los conflictos relacionados con los objetivos. Por lo tanto, un alto nivel de capacidad de dirección en el equipo de gestión junto a la capacidad de control, proporciona un escenario agradable para el inversionista. Por último, Dhochak & Kumar Sharma (2015) establecieron los siguientes criterios: (a) personalidad del empresario, que se relacionó con atributos como la honestidad y la calidad de liderazgo; (b) experiencia del empresario, describió a que el empresario debe tener logros y competencias para que sus actividades tengan un rendimiento alto y, (c) habilidades de gestión, se refirió a las habilidades y capacidades en áreas de marketing y financieras. Todos estos criterios juegan un papel indispensable en el éxito o fracaso de la empresa.

Tabla 3

Factor Capital Humano

Autores	Factores
Bruno y Tyebjee, (1984)	Capacidades directivas (habilidades de gestión, marketing, financieras, empresario)
MacMillan et al., (1985)	Experiencia del empresario y personalidad del empresario.
Dixon, (1991)	Experiencia del empresario y capacidades directivas (habilidades de gestión, marketing, financieras, empresario)
Muzyka et al., (1996)	Criterios del equipo de gestión (potencial de liderazgo de equipo de gestión, potencial de liderazgo del empresario, reconocida experiencia en la industria del equipo de alta gestión, y experiencia del empresario); criterios de competencia de gestión (capacidad de marketing, capacidad de proceso, capacidad de organización, y capacidad financiera).
Zacharakis y Meyer, (2000)	Experiencia del empresario, habilidad del liderazgo, y exhaustividad del equipo.
Van Deventer y Mlambo, (2008)	La honestidad e integridad del empresario

Imamuddin, (2009)	Experiencia del empresario, personalidad del empresario, control percibido, y prestigio empresarial.
Dhochak y Kumar Sharma (2015)	Experiencia del empresario, personalidad del empresario y habilidades de gestión.

Nota: Tomado de "Venture Capital pre-investment decision Making process: an exploratory study in Malaysia" por Narayansamy & Hashemoghli, 2012, Global Journal of Business Research, 6(5), p 51

Disposición Estratégica para el Financiamiento

En la literatura, el concepto de la disposición estratégica para el financiamiento se relacionó con los temas de comportamiento organizacional, cambio estratégico e investigación tecnológica (Celikyurt et al., 2014). De la misma manera, se vinculó a la disposición estratégica de financiamiento con las creencias y actitudes que tienen los miembros de la organización hacia la espera de cambios o de factores que puedan ocasionar reacciones en el mercado (Brush et al., 2012). Por lo tanto, los inversionistas de VC basan sus decisiones de financiación en las capacidades técnicas, personales e interpersonales del empresario, no todos los inversores tienen información perfecta y completa sobre todas las oportunidades de posibles inversiones, las empresas que requieren la inversión de capital y los inversores VC se enfrentan a riesgos cuando hay un vacío de información (Dixon, 1991).

Este factor explica a la organización en qué medida sus activos, procesos y actividades están listos para poder pasar del estado actual a otro estado final deseado (MacMillan et al., 1986). Del mismo modo, ayuda al inversionista a saber y aceptar el uso de la tecnología en el proceso de preparación de financiamiento estratégico o en las transferencias de comercialización (Zhang et al., 2015). Los emprendedores utilizan este concepto para poder saber en qué momento la empresa está lista para buscar otras vías de financiamiento y poder moverse a otra etapa, a pesar de los riesgos y la incertidumbre en el proceso (Bishop & Nixon, 2006; Dimov, 2010).

La disposición estratégica para el financiamiento evalúa qué tan preparada está la empresa, los procesos, sistemas y la cultura organizacional, para llevar a cabo su estrategia (Kastner & Stern, 2015). Está caracterizada por los activos intangibles que posee la empresa, las personas, información y el capital de la organización debido a que son las bases principales para el cambio estratégico (Brush et al., 2012). Si la estrategia de financiamiento de los inversores y las fuentes de riesgo son claramente identificadas, el proceso de financiación y riesgo serán facilitados (Kastner & Stern, 2015). Los tres aspectos principales para la preparación de los inversores de VC se pueden descomponer en tres principales áreas de sub-preparación, es decir, la tecnología, preparación del mercado y la disposición de gestión; basado en el grado de conocimiento que el productor, consumidor y gerente (respectivamente) tienen en el momento en que el empresario se acerca al inversor (Douglas & Shepherd, 2002). Si el nivel de inversión y el tamaño del negocio son complejos hay posibilidades de fracaso, sin embargo, es en estas circunstancias que los empresarios tienen menos

probabilidades de financiar el negocio por sí mismos, de tal manera que buscan inversores externos con capital de riesgo (Muzyka et al., 1996).

La participación de los VC dentro de las compañías les proporcionan los medios necesarios para la adquisición de información no pública sobre proveedores, clientes y equipo, así las empresas financian y tienen la posibilidad de administrar otras empresas en su cartera (Gledson, 2008; Silva, 2004). En la toma de decisiones existe una relación directa entre el control y la voluntad de invertir; la variación de la tasa de interés y las asimetrías de información son frecuentes, de tal forma, que el control se convierte en una preocupación mayor (Bishop & Nixon, 2006). Cuando los inversionistas de VC perciben que el empresario está bien posicionado y que la oportunidad de inversión tiene gran acogida, el capital de riesgo es centrado en la amenaza de la selección adversa (Driver, 2013).

Bruno y Tyebjee, (1984) definieron el capital humano a través de los siguientes criterios: (a) retiro de efectivo de futuros inversores potenciales, que se relacionó con las oportunidades en la obtención de ganancias de capital por medio de fusiones o adquisiciones. (b) resistencia a las amenazas ambientales, que se vinculó con la protección contra la entrada de la competencia, riesgos, cambios en la economía. MacMillan, et al., (1985) relacionó las consideraciones financieras con este factor debido a que los inversores esperan retornos o beneficios de su inversión en un periodo considerable de tiempo. Por otro lado, Dixon (1991) estableció criterios como: (a) grado de inversión, y (b) habilidades financieras debido a que consideró que el tiempo que toma recuperar la inversión es muy importante al momento de decidir la financiación de un proyecto.

Muzyka, et al. , (1996) definieron los siguientes criterios: (a) de fondos, que se relacionó con las limitaciones de los fondos, cartera, es decir, en la capacidad que tienen los inversionistas para influir en la empresa y, (b) de reparto, que se vinculó con la etapa necesaria de inversión, es decir, con la capacidad para establecer el acuerdo de financiación. Zacharakis & Meyer (2000) establecieron la disposición estratégica para el financiamiento con los siguientes criterios: (a) registro de puesta en marcha, que se definió como el número de años de experiencia en los equipos de puesta en marcha y, (b) protección a la propiedad, que se conceptualizó como la utilización de leyes y normas para proteger la propiedad de la empresa en cuanto al proceso de entrega de un producto o servicio. De la misma manera, Zacharakis & Shepherd (2004) incorporaron un nuevo criterio como la tecnología patentada que se relacionó con la protección de la propiedad y la familiaridad del mercado.

Imamuddin (2009) describió la disposición estratégica para el financiamiento a través de los siguientes criterios: (a) características financieras, que se relacionó a la elaboración de un plan de negocios que permite tener una percepción de los fondos para la implementación del proyecto y, (b) composición del equipo de riesgo, que se describió como las ideas de los participantes para adecuar los fondos eficientemente. Narayansamy & Hashemoghli (2012) consideraron los criterios: (a) de inversión, que se especificó como el potencial para obtener el crecimiento y el periodo de tiempo de retorno de la inversión. (b) de gestión, que se refirió a la capacidad para identificar el riesgo y comprensión del negocio al momento de invertir. Drover et al., (2014) definió

a este factor con el control percibido debido a que desempeña un papel importante en el proceso de toma de inversión del capital de riesgo, es decir, como la capacidad del empresario para dirigir las acciones en el periodo posterior a la inversión.

Por último, Dhochak & Kumar Sharma (2015) consideraron los siguientes criterios: (a) tamaño de la cartera y el alcance, estableció que los VC prefieren invertir en una cartera debido a que el riesgo es compartido en comparación con una sola inversión; (b) sindicación, que se definió como inversiones de varios VC que tienen rendimientos más altos y valor añadido a la empresa; (c) habilidades de gestión, que mencionó la importancia de las habilidades del equipo de gestión debido a que una buena administración garantiza la eficiencia en el manejo de los fondos. (d) consideraciones financieras/fase de financiación, que hace referencia a la etapa atractiva de inversión de los VC, es decir, los VC prefieren invertir en etapas avanzadas que en etapas iniciales debido a que las empresas establecidas proporcionan economía de escala y; (e) riesgos y falta de liquidez, que se relacionó con el nivel de rendimiento y riesgo, mayor riesgo, mayor rendimiento. En resumen, los VC consideran los riesgos antes de invertir en un proyecto.

Tabla 4

Factor distribución estratégica de los fondos

Autores	Factores
Bruno y Tyebjee, (1984)	Retiro de efectivo futuros potenciales (oportunidades para realizar las ganancias de capital por fusión, adquisición u oferta pública) y resistencia a las amenazas ambientales (protección contra la entrada de la competencia, obsolescencia, riesgo, ciclos económicos).
MacMillan et al., (1985)	Consideraciones financieras
Dixon, (1991)	Grado de inversión y habilidad financiera
Muzyka et al., (1996)	Criterios de fondos (empresa cumple con las limitaciones de fondos, negocio y el producto en forma con cartera de fondos, capacidad de inversionistas para influir en la naturaleza de la empresa, y localización de negocio con relación a financiar) y Criterios de reparto (etapa de la inversión necesaria, número y naturaleza de los co-inversores en el acuerdo, capacidad para syndicar el acuerdo, escala y posibilidades de las últimas rondas de financiación, y la Importancia de los supuestos poco claras).
Zacharakis y Meyer, (2000)	Registro de puesto en marcha y protección a la propiedad
Zacharakis y Shepherd, (2004)	Tecnología patentada y registro de puesto en marcha.

Imamuddin, (2009)	Características financieras y composición del equipo de riesgo.
Narayansamy y Hashemoghli, (2012)	Criterios específicos de la inversión (potencial para ganar el crecimiento, lanzamiento al mercado en corto plazo (3-5 años), ventaja competitiva significativa y requerimiento de capital razonable) y criterios de gestión (integridad personal, historial sólido, realista, capacidad para identificar el riesgo, comprensión del negocio, flexibilidad, liderazgo y administración general).
Drover et al., (2014)	Control percibido.
Dhochak y Kumar Sharma, (2015)	Consideraciones financieras/fase de financiación, riesgos y falta de liquidez, tamaño de la cartera y el alcance, sindicación y, habilidades de gestión.

Nota: Tomado de "Venture Capital pre-investment decision Making process: an exploratory study in Malaysia" por Narayansamy & Hashemoghli, 2012, Global Journal of Business Research, 6(5), p 51

Pasión

La pasión es un fuerte indicador de cómo motivar a un empresario en la construcción de una empresa, es decir, es el compromiso de la persona con su negocio (Chen et al., 2009). Las estrategias para atraer a los clientes y producir bienes de consumo son impulsadas por la pasión del proceso emprendedor. Este indicador tiene gran incidencia en las decisiones de localización de recursos realizadas de los VC debido a que transmiten señales positivas que constituyen una decisión importante para estos inversores. (Bruno & Tyebjee, 1984; Hsu et al., 2014; DeTienne, 2010).

Las evaluaciones de la pasión se basan en la intensidad y la positividad de los sentimientos que muestra un empresario. En un sector sin fines de lucro se destaca la pasión como un factor intangible, pues los promotores de este tipo de iniciativas no reciben retornos en términos de ganancias financieras (Cheng, 2009). Los inversores deciden bajo las condiciones de pasión que se manifiestan mediante cogniciones y comportamientos que permiten una mayor planificación, preparación, o el compromiso de la propia empresa (Mitteness, 2011).

Este factor demuestra que los empresarios apasionados persisten a pesar de los obstáculos e impedimentos durante el proceso de ser un emprendedor, mientras que los no apasionados renuncian a sus ideas y no extraen el valor de la empresa en el mercado (Cardon, Wincent, Singh, & Drnovsek, 2009). Se considera un rasgo estimulador que motiva a los empresarios a superar los obstáculos y a seguir participando. Asimismo, la pasión implica reconocer y explotar oportunidades mientras comparten sus capacidades con el equipo (Westhead, 2008).

A medida que los emprendedores adquieren fuerza y valor, su pasión se intensifica, de tal manera que se proponen perseguir metas desafiantes; la pasión se basa en la tenacidad, fortaleza y la voluntad de trabajar a niveles altos de presión

(Cardon et al., 2009). El empresario es el principal creador de sentimientos dentro de su organización; la creación y la conciencia deben ser explícitas para incentivar a los colaboradores y actuar en la toma de riesgos, sobre todo, en términos de convencer a otros financistas (Dood, 2002). Por otro lado, los VC aprecian que los empresarios tengan un fuerte compromiso con sus compañías para garantizar el rendimiento de la inversión.

CONCLUSIONES

Las inversiones de capital de riesgo son una fuente importante de financiamiento para los empresarios que buscan recursos para sus proyectos de inversión, ya sea para un nuevo emprendimiento o crecimiento de las organizaciones. Una de las características de estos inversionistas es que normalmente proporcionan financiamiento a las empresas, con el objetivo de obtener ganancias financieras de corto plazo. Su actividad de inversión es secuencial e involucra varios pasos, este proceso de selección busca concentrarse sólo en un conjunto manejable de ofertas posibles.

Los fondos provenientes del VC son reconocidos por ser una fuente de recursos muy importante para cubrir la brecha de financiamiento de los emprendedores y para el crecimiento de las empresas privadas. Los inversionistas de VC, además del dinero, proporcionan apoyo empresarial, incentivan a la profesionalización del equipo directivo, supervisan el proceso del gobierno corporativo, impulsan el desarrollo de la productividad y estimulan la creación de nuevas ideas de innovación. La fundamentación teórica que explica el comportamiento de las decisiones de inversión, está enmarcada en la base de la teoría económica de la racionalidad que expresa la acumulación óptima de capital, primando el supuesto de la maximización de los beneficios económicos.

En la literatura se encuentran muchos factores que explican el proceso de las decisiones que toman los inversores de VC. Los mismos que se han estudiado en los últimos años, concentrándose en cuatro grupos que son: el potencial económico, el capital humano específico, la disposición estratégica para el financiamiento y la pasión. Los inversionistas tienen a su disposición dos etapas o momentos para el financiamiento, la capital semilla y el crecimiento de las actuales empresas, la primera tiene mayor riesgo que la segunda, por tener que iniciar con el proyecto desde el comienzo, considerándose menos atractiva para los inversionistas de VC.

El potencial económico es considerado uno de los factores de la política de decisión para los inversores de capital de riesgo, se vincula al proceso enfocándose en los aspectos monetarios y económicos de los proyectos de inversión, con el fin de analizar los rendimientos esperados de las inversiones. Los inversores de VC han desarrollado una variedad de mecanismos para superar los desafíos que enfrentan al momento de financiar el desarrollo o crecimiento de la empresa como las evaluaciones del mercado, la viabilidad de nuevos productos, los sitios potenciales para su desarrollo, la intensidad en la participación de las operaciones del riesgo en las

operaciones diarias de la empresa. En sus decisiones prefieren escoger la oportunidad que ofrece un buen rendimiento sobre la inversión, características financieras razonables y productos de mercado atractivos; incluso si la oportunidad de inversión no cumple con los requisitos generales de rentabilidad y reparto, analizan si es atractiva a medida que la industria va cambiando significativamente en términos de sofisticación y experiencia. Para su comprensión se lo explica con los siguientes criterios: (a) financieros, en referencia con todos los aspectos financieros presentes en las oportunidades de inversión; (b) producto-mercado, afines con el tamaño del mercado, la madurez y el crecimiento, así como la ubicación del mercado y su sensibilidad a los ciclos económicos; (c) estratégico, criterios competitivos relacionados con el posicionamiento estratégico de la oportunidad de inversión en su mercado; (d) fondos, en relación con las limitaciones del fondo de inversión y la capacidad de los inversores para influir en el trato; y, (e) negocio, concernientes con la etapa y la naturaleza del acuerdo de inversión.

El capital humano específico requiere de años de educación formal y años de experiencia de trabajo, tiempo donde desarrollaron habilidades que permiten implementar estrategias competitivas para actuar ante los rivales financieros. Por lo tanto, la educación está directamente relacionada con la formación del capital humano, la competitividad y el desarrollo integral, lo cual permite que los hombres y mujeres adquieran mejores capacidades en la medida que aumenta su stock de capital humano, reflejándose en un aumento de la productividad de la organización.

La disposición estratégica de financiamiento se vincula con las creencias y actitudes que tienen los miembros de la organización hacia la espera de cambios o de factores que puedan ocasionar reacciones en el mercado. De esta manera el factor explica a la organización en qué medida sus activos, procesos y actividades están listos para poder pasar del estado actual a otro estado final deseado. Por lo tanto, evalúa qué tan preparada está la empresa, los procesos, sistemas y la cultura organizacional, para poder llevar a cabo su estrategia.

La pasión es un fuerte indicador de cómo motivar a un empresario en la construcción de una empresa. Las evaluaciones de la pasión se basan en la intensidad y la positividad de los sentimientos que un empresario muestra para alcanzar ganancias financieras. Los inversores deciden bajo las condiciones de pasión determinadas manifestaciones a través de cogniciones y comportamientos, estas contribuyen a una mayor planificación, preparación, o comprometerse con la propia empresa.

REFERENCIAS

- Bauer, R., Cosemans, M., & Eichholtz, P. (2009). Option trading and individual investor performance. *Journal of Banking and Finance*, 33(4), 731–746. <http://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2008.11.005>
- Bishop, K., & Nixon, R. D. (2006). Venture Opportunity Evaluations:: Comparisons Between Venture Capitalists and Inexperienced Pre-Nascent Entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(1), 19–33. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=24566085&site=ehost-live>
- Brander, J. A., Amit, R., & Antweiler, W. (2002). Venture-Capital Syndication: Improved Venture Selection vs. the Value-Added Hypothesis. *Journal of Economics & Management Strategy*, 11(3), 423–452. <http://doi.org/10.1111/j.1430-9134.2002.00423.x>
- Brush, C. G., Edelman, L. F., & Manolova, T. S. (2012). Ready for funding? Entrepreneurial ventures and the pursuit of angel financing. *Venture Capital*, 14(2-3), 111–129. <http://doi.org/10.1080/13691066.2012.654604>
- Busenitz, L. W., & Barney, J. B. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, 12(1), 9–30. [http://doi.org/10.1016/S0883-9026\(96\)00003-1](http://doi.org/10.1016/S0883-9026(96)00003-1)
- Cardon, M. S. (2009). the Nature and Experience of Entrepreneurial Passion, 34(3), 511–532. <http://doi.org/10.5465/AMR.2009.40633190>
- Celikyurt, U., Sevilir, M., & Shivdasani, A. (2014). Venture capitalists on boards of mature public firms. *Review of Financial Studies*, 27(1), 56–101. <http://doi.org/10.1093/rfs/hhs096>
- Chen, X. P., Yao, X., & Kotha, S. (2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: A persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions. *Academy of Management Journal*, 52(1), 199–214. <http://doi.org/10.5465/AMJ.2009.36462018>
- De Carvalho, A. G., Calomiris, C. W., & de Matos, J. A. (2008). Venture capital as human resource management. *Journal of Economics and Business*, 60(3), 223–255. <http://doi.org/10.1016/j.jeconbus.2007.04.009>
- DeTienne, D. R. (2010). Entrepreneurial exit as a critical component of the entrepreneurial process: Theoretical development. *Journal of Business Venturing*, 25(2), 203–215. <http://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.05.004>
- Deventer, B. Van, & Mlambo, C. (2009). Factors influencing venture capitalists' project financing decisions in South Africa. *South African Journal of Business Management*, 40(1), 33–42.
- Devigne, D., Manigart, S., & Wright, M. (2016). Escalation of commitment in venture capital decision making: Differentiating between domestic and international investors. *Journal of Business Venturing*, 31(3), 253–271. <http://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.01.001>

- Dhochak, M., & Sharma, A. K. (2015). Using interpretive structural modeling in venture capitalists' decision-making process. *Decision*, 43(March), 53–65. <http://doi.org/10.1007/s40622-015-0106-0>
- Dimov, D. (2010). Nascent entrepreneurs and venture emergence: Opportunity confidence, human capital, and early planning. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1123–1153. <http://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00874.x>
- Dixon, R. (1991). Venture capitalists and the appraisal of investments. *Omega*, 19(5), 333–344. [http://doi.org/10.1016/0305-0483\(91\)90052-U](http://doi.org/10.1016/0305-0483(91)90052-U)
- Dodd, S. D. (2002). Metaphors and meaning a grounded cultural model of us entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 17(5), 519–535. [http://doi.org/10.1016/S0883-9026\(01\)00072-6](http://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00072-6)
- Dos Santos, B. L., Patel, P. C., & D'Souza, R. R. (2011). Venture Capital Funding for Information Technology Businesses * Businesses. *Journal of the Association for Information Systems*, 12(1), 57–87.
- Dotsis, G., Makropoulou, V., & Markellos, R. N. (2012). Investment under uncertainty and volatility estimation risk. *Applied Economics Letters*, 19(2), 133–137. <http://doi.org/10.1080/13504851.2011.570697>
- Drover, W., Wood, M. S., & Payne, G. T. (2014). The Effects of Perceived Control on Venture Capitalist Investment Decisions: A Configurational Perspective. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(4), 833–861. <http://doi.org/10.1111/etap.12012>
- Eisenhardt, M. (1989). Agency Theory: An Assessment and Review. *Academy of Management Review*, 14(1), 57–74. <http://doi.org/10.2307/258191>
- Fiet, J. O. (1995). Risk Avoidance Strategies in Venture Capital Markets. *Journal of Management Studies*, 32(4), 551–574. <http://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1995.tb00788.x>
- Franke, N., Gruber, M., Harhoff, D., & Henkel, J. (2006). What you are is what you like-similarity biases in venture capitalists' evaluations of start-up teams. *Journal of Business Venturing*, 21(6), 802–826. <http://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.07.001>
- Fried, Vance; Hisrich, R. (1994). Toward a Model of Venture Capital Investment Decision Making. *Financial Management*, 23(3), 28–37. <http://doi.org/10.2307/3665619>
- GOMPERS AND LERNER (2001) The Venture Capital Revolution.pdf. (n.d.).
- Hall, J., & Hofer, C. W. (1993). Venture capitalists' decision criteria in new venture evaluation. *Journal of Business Venturing*, 8(1), 25–42. [http://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90009-T](http://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90009-T)
- Harrison, R. T., & Mason, C. M. (2000). Venture Capital Market Complementarities: The Links between Business Angels and Venture Capital Funds. *Venture Capital*, 2(3), 223–242. <http://doi.org/10.1080/13691060050135091>
- Hertz, D. B. (1964). Risk Analysis in Capital Investment. *Harvard Business Review*, 42(1), 95–106. Retrieved from <http://han.buw.uw.edu.pl/han/Ebsco/search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=6812985&lang=pl&site=eds-live&scope=site>

- Hsu, D. K., Haynie, J. M., Simmons, S. a, & McKelvie, A. (2014). What matters, matters differently: a conjoint analysis of the decision policies of angel and venture capital investors. *Venture Capital*, 16(1), 1–25. <http://doi.org/10.1080/13691066.2013.825527>
- Imamuddin, K. (2009). Pakistani venture capitalists' investment criteria: A comparative look. *Asian Academy of Management Journal*, 14(1), 81–105. Retrieved from <http://www.usapr.org/papers/paper.aspx?PaperID=63>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360. [http://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](http://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Kastner, I., & Stern, P. C. (2015). Examining the decision-making processes behind household energy investments: A review. *Energy Research and Social Science*, 10, 72–89. <http://doi.org/10.1016/j.erss.2015.07.008>
- Lantos, G. P., & Goldenberg, B. J. (2009). Book reviews, (4), 481–483. <http://doi.org/10.1108/10610420910972846>
- Livanas, J. (2011). Are Investors Rational and Does it Matter? Determining the Expected Utility Function for a Group of Investors. *Journal of Behavioral Finance*, 12(2), 53–67. <http://doi.org/10.1080/15427560.2011.553003>
- Macmillan, I. C., Siegel, R., & Narasimha, P. N. S. (1985). Criteria used by venture capitalists to evaluate new venture proposals. *Journal of Business Venturing*, 1(1), 119–128. [http://doi.org/10.1016/0883-9026\(85\)90011-4](http://doi.org/10.1016/0883-9026(85)90011-4)
- Mason, C. M., & Pierrakis, Y. (2013). Venture Capital, the Regions and Public Policy: The United Kingdom since the Post-2000 Technology Crash. *Regional Studies*, 47(7), 1156–1171. <http://doi.org/10.1080/00343404.2011.588203>
- Mittennes, C., Sudek, R., & Cardon, M. S. (2012). Angel investor characteristics that determine whether perceived passion leads to higher evaluations of funding potential. *Journal of Business Venturing*, 27(5), 592–606. <http://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.11.003>
- Muzyka, D., Birley, S., & Leleux, B. (1996). Trade-offs in the investment decisions of European venture capitalists. *Journal of Business Venturing*, 11(4), 273–287. [http://doi.org/10.1016/0883-9026\(95\)00126-3](http://doi.org/10.1016/0883-9026(95)00126-3)
- Narayansamy, C., Hashemoghli, A., & Rasidah Mohd Rashid. (2012). Venture Capital Pre-Investment Decision Making Process: an Exploratory Study in Malaysia. *Global Journal of Business Reseach*, 6(5), 49–64.
- Osnabrugge, M. V. A. N. (2000). A comparison of business angel and venture capitalists investment procedures: an agency theory-based analysis 1.
- Pennings, J. M. E., & Smidts, A. (2000). Assessing the Construct Validity of Risk Attitude (1).pdf. (n.d.).
- Pennings, J., & Wansink, B. (2004). Channel contract behavior: The role of risk attitudes, risk perceptions, and channel members' market structures. *The Journal of Business*. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/10.1086/422633>
- Press, C. (2012). IPROPOSE to treat education as an in-, 68(6), 571–583.

- Sandberg, W. R., Schweiger, D. M., & Hofer, C. W. (1988). The Use Of Verbal Protocols in Determining Venture Capitalists' Decision Processes. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(2), 8–20. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=5331724&site=ehost-live>
- Sharma, A. K. (2015). Venture Capitalists' Investment Decision Criteria for New Ventures: A Review. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 189, 465–470. <http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.195>
- Shepherd, D. a. (1999). Venture Capitalists' Assessment of New Venture Survival. *Management Science*, 45(5), 621–632. <http://doi.org/10.1287/mnsc.45.5.621>
- Silva, J. (2004). Venture capitalists' decision-making in small equity markets: a case study using participant observation. *Venture Capital An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 6(2-3), 125–145. <http://doi.org/10.1080/13691060410001675974>
- Tobergte, D. R., & Curtis, S. (2013). No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Trujillo, A., & Guzm, A. (2008). Venture Capital : Una Mirada Al Constructo Teórico , Su Rol En Los Nuevos Emprendimientos Y Agenda De Investigación Futura * Venture Capital : Theoretical Construction , the Role of New Endeavors and the Future Agenda of Research, XVI(1), 71–84.
- Tyebjee, T. T., & Bruno, A. A. V. (1984). A Model of Venture Capitalist Investment Activity. *Management Science*, 30(9), 1051–1066. <http://doi.org/10.1287/mnsc.30.9.1051>
- Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M. (2008). Opportunity identification and pursuit: Does an entrepreneur's human capital matter? *Small Business Economics*, 30(2), 153–173. <http://doi.org/10.1007/s11187-006-9020-3>
- Wonglimpiyarat, J. (2016). Exploring strategic venture capital financing with Silicon Valley style. *Technological Forecasting and Social Change*, 102, 80–89. <http://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.07.007>
- Zacharakis, A. L., & Meyer, G. D. (2000). The potential of actuarial decision models: canthey improve the venture capital investment decision? *Journal of Business Venturing*, 15(4), 323–346. [http://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00016-0](http://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00016-0)
- Zacharakis, A., & Shepherd, D. A. (2005). A non-additive decision-aid for venture capitalists' investment decisions. *European Journal of Operational Research*, 162(3), 673–689. <http://doi.org/10.1016/j.ejor.2003.10.028>

004. PROPUESTA METODOLOGÍA PARA ANALIZAR Y PREDECIR EL CRECIMIENTO DEL PIB EN EL ECUADOR.

Autores:

Ing. Donald Zhangallimbay Zhangallimbay

Estudiante de Maestría en Economía
Escuela Politécnica del Litoral (ESPOL)
donald.zh@gmail.com

Econ. Guido Macas Acosta, MGS

Docente a tiempo completo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales,
Magíster en Negocios Internacional y Gestión de Comercio Exterior
Universidad Tecnológica ECOTEC.
gmacas@ecotec.edu.ec

Resumen

El siguiente trabajo presenta una metodología general y básica para el análisis y la predicción de variables expresadas en series temporales, la misma que se aplicó a los datos del PIB del Ecuador. El objetivo principal es demostrar de forma práctica la importancia de manejar correctamente un conjunto de datos expresado de forma temporal y cómo se pueden hacer predicciones robustas y precisas con los mismos, en el caso del PIB del Ecuador, los ajustes necesarios que se debe realizar dependiendo de la serie con la que se trabaje.

Palabras Claves: *estacionariedad, autorregresivo, crecimiento económico*

Abstract

The following paper presents a general and basic methodology for the analysis and prediction of variables expressed in time series, the same that was applied to the data of the Ecuador GNP. The main objective is to demonstrate in practical terms the importance of properly managing a data set expressed temporarily and how you can make robust and accurate predictions with them, in the case of the Ecuador GDP, the necessary adjustments to be performed depending series with which they work.

INTRODUCCIÓN

Entender el comportamiento de la economía en el corto y mediano plazo es clave para los agentes económicos, y más todavía cuando se trata de tomar decisiones. Y una de las herramientas que más se utiliza es la investigación empírica económica a través de las series de tiempo.

Una de las variables que permite visualizar su tendencia, es la tasa de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB). Ésta no solo proporciona un termómetro relativo de cómo se comporta la economía en el tiempo, sino también tomar decisiones desde el punto de vista empresarial y hasta las mismas autoridades económicas para evaluar los impactos de las políticas económicas aplicadas.

El PIB puede definirse como el registro de los valores agregados anualmente o trimestralmente a la economía nacional, en la producción, por ramas de actividad. Y su medición es importante para la política económica y empresarial, ya que proporciona instrumentos internos para manejar la política macroeconómica y empresarial, respectivamente. Y esas herramientas son más necesarias en el corto plazo para analizar el balance de la oferta y demanda de la producción.

Para eso se utilizará las series de tiempo económicas ya que son como realizaciones de procesos estocásticos, y además son importantes las técnicas de información histórica para estimar los valores futuros de una o más variables de interés. Estos modelos pueden clasificarse en univariados y causales.

Para utilizar esas herramientas, se han realizado numerosas metodologías para estimar las proyecciones del PIB de un país, sin embargo, dado que ésta no es observable, no es posible predecir con precisión la magnitud de los errores asociados con estimadores de las tendencias del PIB, y por lo tanto determinar cuál es el mejor método.

Pero si se evalúa diferentes técnicas de estimadores y utilizando los rezagos necesarios se pueden obtener propiedades estadísticas importantes de los errores, se puede analizar resultados y compararlos con los registrados por la autoridad económica del país. Así se puede seleccionar la más representativa y precisa.

Por lo tanto, este trabajo tiene como objetivo proponer una metodología lo más sencilla y cercana a la realidad para estimar el Producto Interno Bruto (PIB), de un conjunto de métodos que proporciona la teoría económica y los modelos econométricos (Loria, 2007). La misma que contará con una metodología y sus conclusiones.

Hasta el momento no hay un solo modelo para establecer pronósticos que se convierta en el más eficiente y mejor. Tanto así, que hay numerosos modelos y métodos que tienen como tarea realizar estimaciones que se pueden usar. Los métodos que más se utilizan son los métodos cualitativos y cuantitativos.

Por eso se usará el método cuantitativo ya que permite utilizar los datos históricos para estimar los valores a futuro, pero en el corto plazo. Es decir, el modelo Univariante ya que se encarga de analizar una serie temporal en función de su pasado.

Según la literatura los modelos univariados de series de tiempo tuvieron su apogeo a finales de los años 60 con las investigaciones de Box & Jenkins donde definieron la metodología de los modelos ARIMA o SARIMA para proyecciones de series de tiempo y que se pueden aplicar en diferentes campos del conocimiento.

El modelo de Box & Jenkins implica la realización de una identificación, estimación, verificación y pronóstico o predicción. Y cuando la serie que se investiga genera problemas y no cumple con parámetros como su estacionaridad debe ser pre procesada ya que se necesita que la serie sea estacionaria. Y justamente es la etapa de la identificación tiene por objeto determinar que tipo de modelo se debe aplicar ya sea un AR, MA, o ARMA y el orden de los parámetros “p” y “q”.

Otro de los modelos que también se usan para pronosticar el PIB es la descomposición de series de tiempo en ciclo y tendencia. (Clark, 1987) Estos modelos incluyen métodos estadísticos que exigen utilizar supuestos como el filtro de Hodrick-Prescott (1980) o el filtro de Baxter y King (1999), los mismos que pueden degenerar en distorsiones, en especial en lo concernientes a las previsiones. (Murray, 2002)

Así también se aplican modelos vectoriales autoregresivos para proyectar variables económicas de importancia como el PIB, inflación y demás. En el caso del Ecuador, en las investigaciones del Banco Central se utiliza el modelo VAR ya que es una herramienta flexible y eficiente para predecir. Estos métodos facilitan el análisis de un grupo de variables y permite cuantificar su interrelación entre ellas.

METODOLOGÍA

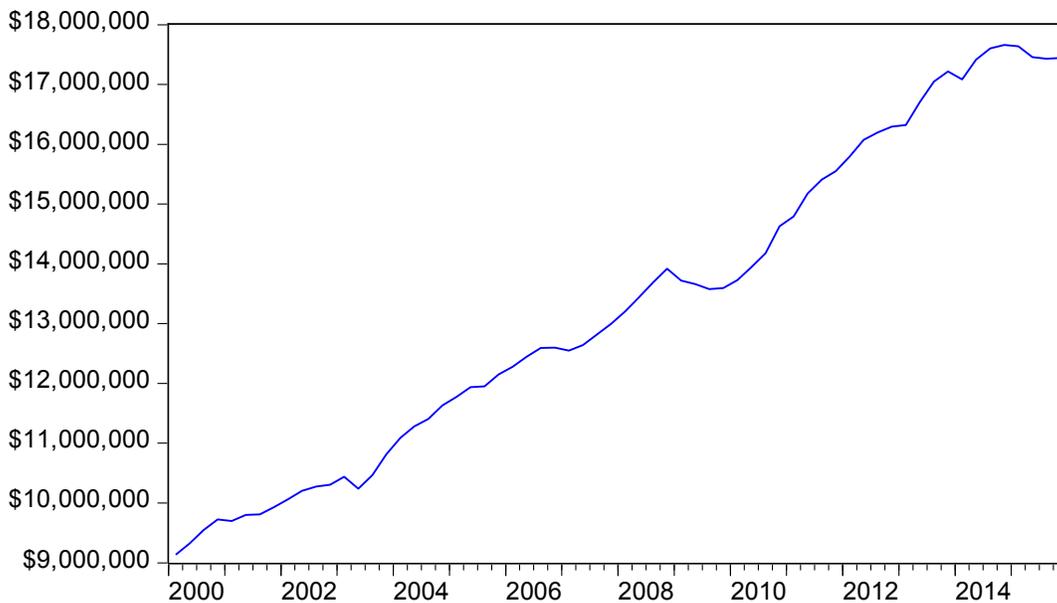
Para este trabajo se empleó una muestra conformada por 64 datos trimestrales del PIB del Ecuador; desde el primer trimestre del 2000 hasta el cuarto trimestre del 2015, los mismos que fueron extraídos de la base de datos del Banco central del Ecuador (Ecuador, 2015). Por otro lado, se ha seleccionado estos datos con el fin de comparar

las proyecciones realizadas en la metodología con los datos que se tienen hasta el 2016. Es importante recalcar que todos los gráficos y resultados obtenidos se los determinó empleando el software Eviews versión 9.0.

I. Análisis de Estacionariedad

El paso inicial para analizar una variable expresada en serie de tiempo es el respectivo análisis de estacionariedad. No obstante, es importante presentar de antesala el gráfico de la serie con la que se está trabajando:

Gráfico 1: PIB del Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Con la ayuda del gráfico se pueden determinar las primeras características de la serie, como podemos observar al parecer el PIB del Ecuador tiene una tendencia aparentemente determinística, sin embargo, es necesario realizar pruebas para verificar la estacionariedad de esta serie, tomando en cuenta que los modelos básicos de series de tiempo se aplican a series estacionarias.

Una serie es estacionaria si el valor esperado de la misma no cambia con respecto al tiempo (Uriel, 1995):

$$Y_{t+1} = c + \phi Y_{t-1} + e_t \sim \text{white noise}(0, \sigma^2)$$

$$E(Y_{t+1}) = E(c + \phi Y_{t-1} + e_t)$$

$$E(Y_{t+1}) = E(c) + \phi E(Y_{t-1}) + E(e_t)$$

$$E(Y_{t+1}) = \frac{c}{1 - \phi}$$

En este ejemplo de modelo AR(1) (Autorregresivo de un rezago) se puede observar que el valor esperado siempre será el mismo en el transcurso del tiempo, esta es una de las cualidades principales de una serie estacionaria, sin embargo no es fácil de ver esta propiedad simplemente con el gráfico, no obstante existen pruebas estadísticas que sirven para probar la estacionariedad de una serie y que son fáciles de aplicar.

La prueba de Dickey Fuller Aumentada, es la prueba más empleada para determinar la estacionariedad de una serie, en este trabajo no explicaremos cómo calcula los valores críticos evaluados en la prueba solo nos enfocaremos en la aplicación y la interpretación de los resultados. De tal forma que aplicando la prueba, que se encuentra incluida dentro del software, a la serie del PIB trimestral del Ecuador obtenemos los siguientes resultados:

Imagen 1: Prueba de Dickey Fuller Aumentada

Null Hypothesis: PIB has a unit root		
Exogenous: Constant, Linear Trend		
Lag Length: 1 (Automatic - based on SIC, maxlag=10)		
	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-2.544296	0.3067
Test critical values:		
1% level	-4.113017	
5% level	-3.483970	
10% level	-3.170071	

*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la imagen 1, esta prueba testea la hipótesis de que la serie contiene una raíz unitaria, análogamente se dice que si la serie tiene una raíz unitaria entonces no es estacionaria. Con un nivel de significancia del 5% en este caso no se puede rechazar la hipótesis nula (valor p mayor a 0,05) de que la serie tiene raíz unitaria por lo que concluimos que la serie no es estacionaria.

Ahora que nos encontramos con la primera barrera en el estudio la pregunta es: *¿Qué se puede hacer para ajustar la serie?*, la respuesta dependerá mucho de la creatividad del autor y de sus habilidades econométricas y matemáticas, sin embargo, existe una solución que generalmente resulta eficiente aplicarla.

Si bien el objetivo es realizar, de una forma sistemática, buenas predicciones de una variable en serie temporal, en este caso del PIB, es posible encontrarse con barreras específicas que no permitan la aplicación de un modelo de forma directa como es el caso del PIB del Ecuador, no obstante, el ajuste principal que se puede hacer es no trabajar directamente con la serie de interés sino con las diferencias entre periodos. Este ajuste se lo realiza con el fin de obtener una serie estacionaria.

$$\Delta PIB_t = \frac{PIB_t - PIB_{t-1}}{PIB_{t-1}}$$

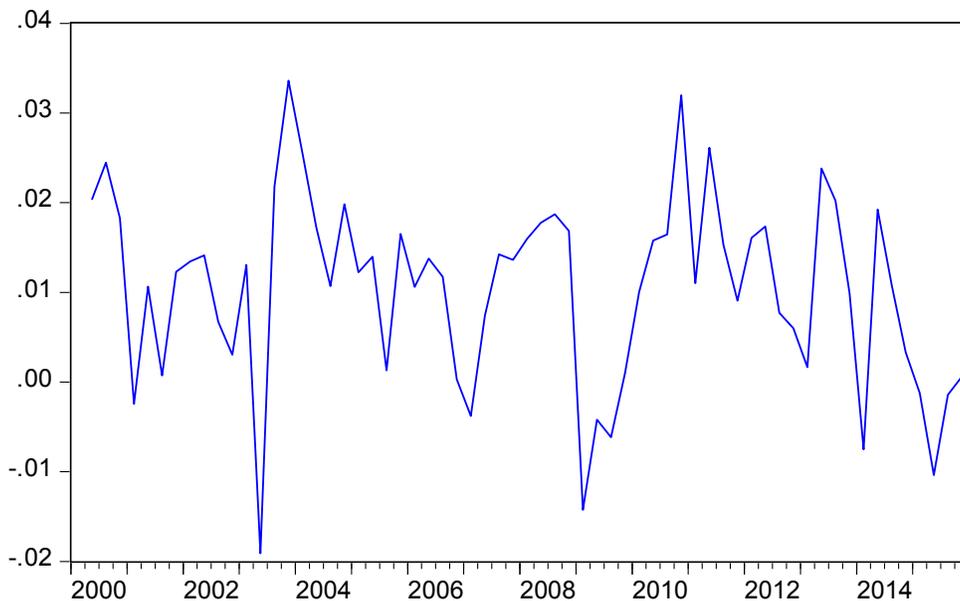
Debemos tomar en cuenta que esto es un simple arreglo matemático, con el cual podemos aún perseguir el objetivo de predecir el PIB del Ecuador, en este caso la predicción estará determinado por la siguiente expresión:

$$PIB_t = PIB_{t-1}(1 + \Delta PIB_t)$$

Implícitamente se define a la nueva variable (ΔPIB_t) como la tasa de crecimiento del PIB del ecuador. En este punto es importante tener en cuenta que debido a este ajuste se perderá un dato, debido a que es una tasa de crecimiento pasaremos de tener 60 datos a nivel del PIB a tener 63 datos de la tasa de crecimiento del PIB del Ecuador.

De igual forma, es necesario graficar la serie para tener un primer criterio sobre la misma:

Gráfico 2: Tasa de crecimiento del PIB



Fuente: Elaboración Propia

Con el gráfico, se observa a priori que esta es una serie de datos que se aproxima un poco más a ser estacionaria, sin embargo, es necesario corroborar esta información con el respectivo teste de estacionariedad.

Imagen 2: Test de Dickey Fuller para serie ΔPIB_t

Null Hypothesis: VAR_PIB has a unit root		
Exogenous: Constant, Linear Trend		
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=10)		
	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-5.623274	0.0001
Test critical values:		
1% level	-4.113017	
5% level	-3.483970	
10% level	-3.170071	

*Mackinnon (1996) one-sided p-values.

En el caso de la imagen 2, en donde se aplica el mismo test que se empleó en la serie original del PIB, se obtiene un valor p de 0,001 lo que es menor al valor crítico establecido (5%), por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula de que la serie tiene una raíz unitaria y se concluye que la serie de la tasa de crecimiento del PIB es estacionaria.

II. Elección del mejor modelo.

Una vez finalizada la primera etapa de la metodología de análisis y predicción de series temporales, en donde se verificó y ajustó la serie del PIB del Ecuador con el fin de obtener una serie estacionaria, se procede a determinar cuál es el mejor modelo que explique a la serie con la que se está trabajando.

Existen varios modelos univariados que se pueden aplicar a una serie temporal, entre los modelos más conocidos tenemos a los modelos autorregresivos de orden p (AR(P)), el mismo asume que la variable en el tiempo t está determinada por un número finito de rezagos de su pasado (t-p) y adicionalmente un error que tiene un comportamiento de ruido blanco. Por otra parte, tenemos los modelos de medias móviles o Mobile Average (MA(q)) de orden q, en este caso se asume que la variable en el tiempo t está determinada por un número de errores aleatorios pasados y un error en el tiempo actual, básicamente este modelo se concentra en los shocks que sufre la variable en cada periodo de tiempo t. Además existe otros modelos denominados ARMA (p,q), que como se supone están compuestos por un número finito de rezagos (AR) y errores (MA).

En este caso se aplicarán los criterios de selección a los modelos generales ARMA(p,q) con el fin de establecer el modelo que mejor explica la serie de la tasa de crecimiento del PIB del Ecuador, conocemos que el modelo tendrá la siguiente estructura:

$$\Delta PIB_t = c + \phi_1 \Delta PIB_{t-1} + \phi_2 \Delta PIB_{t-2} + \theta_1 e_{t-1} + \theta_2 e_{t-2} \dots + \phi_p \Delta PIB_{t-p} + \theta_q e_{t-q} + e_t; \quad e_t \sim WN(0, \sigma^2)$$

Donde:

C= constante del modelo

ϕ_i = Parámetro del rezago i

θ_i = Parámetro del residuo i

El punto principal de esta sección es encontrar el número óptimo de rezagos (p) y residuos (q) del modelo ARMA(p,q) que expliquen de mejor forma la serie de la tasa de crecimiento del PIB. Como se puede ver en la ecuación antes descrita el número de rezagos y residuos que se puede incluir en el modelo no está limitado a ningún punto específico, sin embargo, existen criterios de información que permiten seleccionar el modelo con un mínimo número que permitan cumplir la condición de los errores.

El objetivo principal de agregar los rezagos y residuos al modelo es el hecho de obtener errores (e_t) que se comporten como ruido blanco, por lo tanto es eficiente seleccionar el modelo con menor número de p y q que garantice este comportamiento, debido a que mientras más rezagos se adicione al modelo, menos grados de libertad se tendrán al momento de estimar los parámetros del mismo.

En el siguiente trabajo se puso a prueba 14 modelos ARMA (p,q) en donde el máximo número de rezagos que se planteó fueron 4 y el máximo número de residuos que se incluyeron fueron de 2. Cabe mencionar que, al momento de analizar las 14 combinaciones, se incluyeron modelos en los que el número de rezagos era 0, en este caso el modelo estaba compuesto únicamente de residuos (MA(q)), y también modelos en los que el número de residuos era 0, en este caso el modelo estaba compuesto solo por componentes de rezagos (AR(p)).

En el análisis se emplearán 3 criterios de información (Solera Ramirez, 2008):

- **Criterio de Información Bayesiano (BIC)**

$$BIC = \ln(\bar{\sigma}_e^2) + \frac{k * \ln(n)}{n}$$

- **Criterio de Akaike (AIC)**

$$AIC = \ln(\widehat{\sigma}_e^2) + \frac{2 * k}{n}$$

- **Criterio de Hanna – Queen (HQ)**

$$HQ = \ln(\widehat{\sigma}_e^2) + \frac{2 * \ln(\ln(n)) * k}{n}$$

Donde:

$\widehat{\sigma}_e^2$ = *Estimador de Maxima verosimilitud de la Varianza del error (e_t)*

k = *Número de estimadores del modelo incluida la constante*

n = *Número de observaciones empleadas en la estimación*

La aplicación de los criterios de información para la selección de modelos estadísticos es muy simple, sin embargo, es necesaria la estimación previa de los mismos y es importante que dicha estimación se realice con el mismo número de observaciones, esto es fundamental para poder comparar los modelos. La serie de tasa de crecimiento cuenta con 63 observaciones y el modelo más amplio que se evaluará será un AR(4) de tal forma que este modelo se estimará a partir de la quinta observación teniendo un total de 59 datos, por lo tanto todos los modelos se estimarán a partir de la quinta observación y contarán con 59 observaciones en total. Se estimaron 14 modelos por el método de máxima verosimilitud, y se aplicó las ecuaciones de la parte superior, a continuación, se presenta la tabla con los resultados obtenidos en cada uno de los criterios:

Tabla 1: Criterios de Información

		T=		59					
	MODELO	P	Q	$\hat{\sigma}_e$	$\hat{\sigma}_e^2$	K	AIC	BIC	HQ
1	MA(1)	0	1	1,0462	1,0945	3	0,124	0,159	13,762
2	MA(2)	0	2	1,041	1,0837	4	0,148	0,219	15,985
3	AR(1)	1	0	0,9943	0,9886	3	0,022	0,058	7,758
4	ARMA(1,1)	1	1	0,9943	0,9886	4	0,056	0,127	10,569
5	ARMA(1,2)	1	2	0,9909	0,9819	5	0,083	0,189	12,976
6	AR(2)	2	0	0,9933	0,9866	4	0,054	0,125	10,451
7	ARMA(2,1)	2	1	0,9933	0,9866	5	0,088	0,194	13,262
8	ARMA(2,2)	2	2	0,9902	0,9805	6	0,116	0,257	15,704
9	AR(3)	3	0	0,9852	0,9706	5	0,072	0,178	12,295
10	ARMA(3,1)	3	1	0,9851	0,9704	6	0,106	0,246	15,094
11	ARMA(3,2)	3	2	0,9812	0,9628	7	0,132	0,308	17,437
12	AR(4)	4	0	0,9842	0,9686	6	0,104	0,245	14,987
13	ARMA(4,1)	4	1	0,9842	0,9686	7	0,138	0,314	17,798
14	ARMA(4,2)	4	2	0,9807	0,9618	8	0,164	0,376	20,188

Fuente: Elaboración Propia

Al momento de evaluar los criterios de selección, se dice que el mejor modelo que explica la serie y garantiza que los errores se comporten como ruido blanco e aquel que presente el menor valor en alguno de estos tres criterios de información, no obstante como se puede ver en la tabla 1, los tres criterios coinciden en que el mejor modelo que explica la serie de la tasa de crecimiento del PIB del Ecuador es el modelo autorregresivo 1 AR(1).

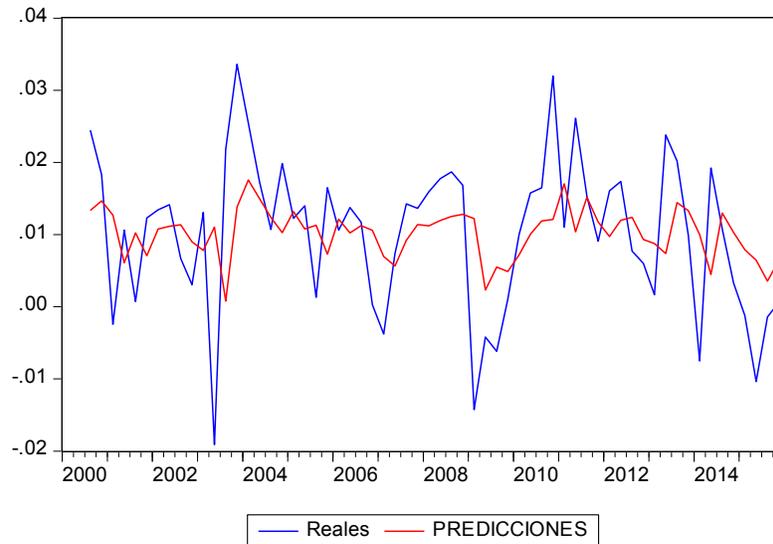
III. Proyección de la Variable

Una vez que se realizó el análisis de criterios de información y se seleccionó el mejor modelo que explica la serie de crecimiento del PIB se procede a estimar los parámetros del modelo, en esta ocasión se emplearán todos los datos posibles, debido a que es un modelo AR(1) se perderá un dato inicial con lo que la estimación contará con un total de 62 observaciones.

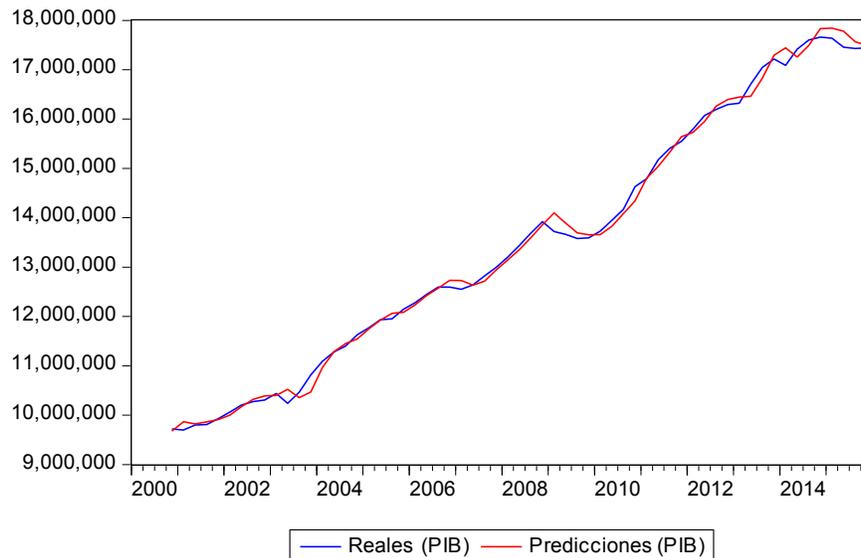
$$\Delta \widehat{PIB}_t = 0,0068 + 0,3189 * (\Delta PIB_{t-1})$$

Si aplicamos el modelo estimado a los datos de la tasa de crecimiento del PIB, y calculamos el PIB nominal con las mismas tenemos:

Tasa de Crecimiento del PIB



PIB del Ecuador



Como se puede observar, el modelo AR(1) aplicado a la tasa de crecimiento del PIB del Ecuador se ajusta al comportamiento de los datos reales, no obstante al calcular el valor del PIB nominal del Ecuador, los datos que arroja el modelo se aproximan a los datos reales y al comportamiento de la serie, sin embargo ahora es necesario predecir con el modelo un periodo corto en el futuro.

Usaremos el modelo para predecir dos trimestres del 2016 y compararemos la predicción con la información rea.

Periodo	Predicción tasa de crecimiento PIB	Predicción PIB	Dato Real PIB
2016 Q1	0,00705	\$ 17.565.027,44	\$ 17.113.228
2016 Q2	0,00910	\$ 17.724.933,77	

Debemos recordar que este tipo de análisis sirve únicamente para realizar predicciones de corto plazo, en este caso 2 o tres trimestres en el futuro, debido a que a medida que transcurre el tiempo la información que sirve de base para el modelo se aleja más del valor de predicción por lo tanto en el largo plazo lo mejor que puede decir el modelo es el valor medio de las observaciones con las que se está trabajando.

IV. Análisis de Sensibilidad

Una vez establecidos los valores de predicción, siempre es importante marcar un intervalo de confianza para dichos valores encontrados a través del modelo estimado. Como sabemos en este caso del PIB del Ecuador, se manejó las tasas de crecimiento del mismo con el fin de trabajar una serie estacionaria de tal forma que la predicción está basada en dicha tasa de crecimiento.

En este caso se empleó un método simple de obtener el intervalo de confianza de la distribución de una variable, el mismo consiste en adicionar y extraer 2 desviaciones estándar ($\hat{\sigma}_e$) a las predicciones establecidas.

Intervalo de Confianza $\pm 2\hat{\sigma}_e$ $\hat{\sigma}_e = 0,0099$				
	Tasa de Crecimiento del PIB		PIB	
Periodo	Límite Inferior	Límite Superior	Límite Inferior	Límite Superior
2016 Q1	-0,00294	0,01704	\$17.390.613,58	\$17.739.413,28
2016 Q2	-0,00089	0,01909	\$17.426.369,78	\$17.775.169,48

Con esto se puede encerrar el valor de la predicción para tener en cuenta posibles shock inesperados que puedan interferir en las predicciones, una vez establecido este intervalo se puede decir que el análisis univariado de la serie del PIB está completo.

Como se puede observar esta metodología permite observar de forma clara la forma de análisis básico de una serie temporal, además se mencionan las características de una serie.

CONCLUSIONES

Los modelos y técnicas de predicción económica son utilizados en la actualidad como una herramienta necesaria para tomar decisiones empresariales, financieras y realizar evaluaciones de impacto de políticas económicas. En la investigación económica se usan los modelos univariados y multivariados, donde la diferencia son el uso de una o más variables económicas.

El modelo ARIMA de Box & Jenkins implica la realización de una identificación, estimación, verificación y pronóstico o predicción de variables. Otro de los modelos que también se usan para pronosticar el PIB es la descomposición de series de tiempo en ciclo y tendencia. Así también se aplican modelos vectoriales autoregresivos para proyectar variables económicas de importancia como el PIB, inflación y demás. En el caso del Ecuador, en las investigaciones del Banco Central se utiliza el modelo VAR ya que es una herramienta flexible y eficiente para predecir. Estos métodos facilitan el análisis de un grupo de variables y permite cuantificar su interrelación entre ellas.

Por lo tanto, el uso de modelos univariados para analizar y predecir la tasa de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) es muy útiles para conocer el comportamiento de las economías y así poder tomar decisiones empresariales y de políticas económicas. El modelo autorregresivo AR (1) se convirtió en el mejor estimador de la predicción para el caso del Ecuador donde el PIB en el primer y segundo trimestre del 2016 dio como resultados a valores cercanos a los que utiliza el Banco Central del Ecuador.

Hay que recalcar que las predicciones solo son útiles para el corto plazo, que incluye como máximo dos trimestres ya que para más tiempo solo se limitará a generar promedios de los datos anteriores.

Bibliografía

Clark, P. K. (1987). The Cyclical Component of U. S. Economic Activity . *The Quarterly Journal of Economics* , Vol. 102, No. 4 , pp. 797-814 .

Ecuador, B. C. (2015). *Cuentas trimestrales*. Quito: Banco Central del Ecuador.

Loria, E. (2007). *Econometría con Aplicaciones*. México: Pearson.

Murray, C. J. (2002). Cyclical Properties of Baxter-King Filtered Time Series. *The Review of Economics and Statistics*, 472-476.

Solera Ramirez, Á. (2008). Criterios para la selección de Modelos Estadísticos. *Banco Central de Costa Rica*.

Uriel, E. (1995). *Análisis de Series Temporales - Modelos ARIMA*. Valencia: Paraninfo.

005. LA IMPORTANCIA DEL CREDITO BANCARIO EN EL CRECIMIENTO ECONOMICO DEL ECUADOR: RECESION 2016.

Autores:

Ing. Nelson Guillermo Granja Cañizares, MBA.

Doctorando Economía Universidad de La Habana. Coordinador de la Unidad de Nivelación. Universidad Tecnológica Ecotec. ggranja@ecotec.edu.ec

Ing. Iskra Sánchez Solórzano

Maestrante. UEES. Analista Comisión de Evaluación Interna. Universidad Agraria del Ecuador. isanchez@uagraria.edu.ec

RESUMEN

El objetivo general de este artículo es determinar la importancia del crédito bancario en la recesión del Ecuador al año 2016, para lo cual se utilizará un modelo de regresión lineal entre las variables de Producto Interno Bruto real (PIB) y los créditos bancarios para el período 2008-2015, además de hacer un análisis de los indicadores relacionados al objeto de estudio que son las tasas de crecimiento de la industria, los servicios financieros y el PIB además de la liquidez, utilidades, rentabilidad, depósitos, y cartera vencida de la Banca. Los resultados arrojaron que existe una correlación positiva entre las variables estudiadas por lo que se confirmó la hipótesis que El aumento de los créditos contribuye al crecimiento del PIB.

Palabras Claves: Fluctuaciones Económicas; ciclos; Análisis microeconómico del desarrollo económico; Oferta Monetaria; Crédito

Clasificación JEL: E32; O12; E51

INTRODUCCION

En el año 1999 en Ecuador se produjo una de las peores crisis económicas, entre algunas de las causas que se puede exponer están dos factores externos: la primera es la denominada Guerra del Cenepa en 1995 (ésta deterioró el sector externo de la economía y debilitó al sistema financiero ya que el Banco Central subió las tasas para evitar la fuga de capitales), y la segunda el Fenómeno del Niño 1997-1999 además de la caída de los precios del crudo y la crisis asiática.

La antesala de esto fue el año 1998 la crisis en el Ecuador era evidente, especialmente para el sector bancario, por lo que el Gobierno sometido a dichos intereses crea la Ley de Reordenamiento en materia económica en el Área Tributaria-Financiera conocida también como Ley AGD lo que da origen a la Agencia de Garantías de Depósitos y que estableció una garantía pública del 100% y sin límite de monto sobre los depósitos del sistema financiero.

Para poder hacer que la AGD cumpliera con las obligaciones, el gobierno emitió bonos que obligaron al Banco Central a otorgar esa liquidez lo que se sumó a los créditos para salvataje bancario e hicieron que la base monetaria pase del 41% en 1998 al 136% en vísperas del año 2000. Cuando los bancos quebraban, el Estado pagaba, lo cual llegó a un punto de insostenibilidad, producto de esto Filanbanco que era el primero del sistema colapsó y así fueron cayendo los más grandes: Previsora, Progreso, entre otros. Las consecuencias de esto fue el costo social, por un lado la congelación de depósitos y luego la migración por la crisis y esto hizo que la medida adoptada fuera la dolarización, donde el sucre paso de un tipo de cambio de S/. 5.000 por dólar a S/. 25.000.

“...La ausencia de controles sobre la banca que representaba a la oligarquía financiera de esos años conllevó a cartera bancaria vencida, alta concentración de créditos vinculados y ausencia de reservas, todo esto enmarcado en La Ley General de Instituciones del Sistema Financiero de 1994...”(Correa ,2012)

De acuerdo a la Asociación de Bancos Privados del Ecuador, para el año 2016 la banca afronta los siguientes desafíos:

“...Así, después de haber enfrentado en forma adecuada la restricción de liquidez del año 2015, los bancos enfrentan un nuevo reto, evitar el deterioro de la cartera de créditos, el aumento de la morosidad, manteniendo al mismo tiempo líneas de crédito abiertas para evitar que el círculo vicioso de la recesión se agudice. No es una tarea fácil pues, en una recesión el perfil de riesgo de los clientes se deteriora lo cual hace que la oferta de crédito tenga que reducirse, pero además la demanda de crédito, la que hacen las empresas y las personas, no demanden dinero al haber menores expectativas de crecimiento. Encontrar clientes que quieran

y puedan acceder a un crédito ante estas ineludibles condiciones, se vuelve cada vez más complejo... (Asociación de Bancos Privados del Ecuador, 2016)

El objetivo general de este artículo es determinar la importancia del crédito bancario en la recesión del Ecuador al año 2016. En primer término se hará una revisión de la literatura acerca del objeto de estudio, para luego pasar a analizar la relación entre el desarrollo del sistema financiero y el crecimiento económico.

Se espera que los resultados determinen que existe una correlación positiva entre: el aumento de los créditos bancarios y el crecimiento del PIB.

DESARROLLO

La relación entre el sector financiero y el crecimiento económico de los países en general indican que se atribuye a la innovación como el factor clave, donde el papel de la banca es lo que permite convertir ideas en realidades, esto se ha podido evidenciar gracias a las teorías de algunos autores como Goldsmith, MacKinno, Shaw, entre otros.

La intermediación financiera utiliza los depósitos para generar recursos, diversificando los riesgos y contribuye así al crecimiento económico de una manera endógena para lo cual los costos de transacción y la información disponible son factores que se ponen a disposición de los empresarios y el emprendimiento. Blackburn y Huang indican que a medida que la economía crece la demanda por servicios financieros también lo hace. (Hassan, Benito, & Jung, 2010).

Se debe afirmar que la banca en Ecuador responde a la figura de oligopolio con características de monopolio, respecto a esto, Adam Smith en su libro *La riqueza de las naciones* indica que el monopolio es *"La principal institución económica que no actuaba con la rectitud de conducta necesaria para lograr el interés general de la sociedad, puesto que violaba los principios de equidad y de justicia"*.

En la época de Smith, el monopolio era la tendencia que aspiraba todo hombre que deseaba enriquecerse. Para combatir el monopolio y obtener mejores condiciones en el mercado, Smith ideó la libre competencia para organizar los mercados, la economía y la producción, en la cual deseaba evitar la conspiración de ciertas personas de tener posiciones privilegiadas de control de la producción y mercado. (Escartin, 2004)

Según Accinelli & Tenorio (2012) manifiestan que los monopolios naturales ocurren cuando un determinado bien es producido por una única firma sin existir ninguna complicación legal para la entrada libre, ocasionado por una particular combinación de las funciones de costos y demanda.

De acuerdo con Boron (2014), se enmarcan las siguientes ideas: a) la concentración de la producción y el capital, y los oligopolios continúan a un ritmo vertiginoso; b) perdura también la fusión del capital financiero con el industrial, lo que da como consecuencia un volumen de transacciones agigantadas; c) existen mayores exportaciones de capitales que de mercancías; d) el reparto de los mercados entre los grandes oligopolios continua con el respaldo de los gobiernos; e) La repartición territorial del mundo entre las grandes potencias avanza abanderados con los tratados de libre comercio.

Lenin (1975) indica que “El imperialismo es una fase superior del capitalismo” con lo que demuestra la vigencia de sus ideas en el mundo actual. Dentro de los nuevos rasgos económicos esenciales del capitalismo planteado por Lenin, se encuentra la relación dialéctica entre el monopolio industrial y el bancario. Esto da paso a la fusión del capital monopolista bancario con el industrial que conlleva a la aparición del capital financiero, la oligarquía financiera y los grupos financieros. (Rodríguez, 2016)

Dentro de ese contexto el nuevo papel de los bancos va orientado hacia la concentración y centralización del capital y la producción con el capital bancario en la misma medida y que es lo que lo convierte en monopolio.

Retomando el objeto de estudio, Lakštutienė (2008) realizó un estudio para medir la correlación entre algunos indicadores del sistema financiero con el Producto Interno Bruto en los países de la Unión Europea. Para esto, dividió a la banca de esos países en función de los criterios de tamaño, eficiencia y tipo de actividad, lo cual produjo como resultado que esas economías tengan dos tipos de estructura financiera, la basada en la banca y la orientada al mercado.

El desarrollo del sistema financiero basado en el mercado se da por la capitalización de la participación de mercado y los grandes niveles de liquidez que tiene esta estructura frente al PIB.

En el otro caso un sistema basado en la banca se mide por el tamaño de los activos de la banca, los créditos otorgados al sector privado, las tasas de interés y los costos de transacción. La correlación más fuerte se dio en los países más antiguos que mantienen un sistema orientado al mercado.

En este aspecto en Ecuador existe la banca de segundo piso como es la Corporación Financiera Nacional donde los plazos son mayores y la tasa más atractiva que la banca tradicional, pero esto se da para proyectos que tengan impacto económico y social alto. El sector bancario proporciona los recursos financieros, pero esto puede ser limitado por las condiciones macroeconómicas, influenciadas por el ciclo en que la economía se encuentra.

METODOLOGÍA

Del análisis realizado se considera que la investigación es de tipo descriptiva, según Hernández, Fernández, & Batista, (2008). La investigación tiene un enfoque no experimental cuya característica es recoger datos en un momento único, con la finalidad de describir los factores que más inciden en las variables estudiadas. Es importante mencionar que toda la información proyectada es real y es de datos fidedignos del Banco Central del Ecuador y la Asociación de Bancos Privados del Ecuador. La hipótesis sería:

H0: El aumento de los créditos por parte de los Bancos Privados del Ecuador contribuye al crecimiento del Producto Interno Bruto.

H1: El aumento de los créditos por parte de los Bancos Privados del Ecuador no contribuye al crecimiento del Producto Interno Bruto.

Variables

Tenemos dos variables en esta investigación.

Variable dependiente (x): Producto Interno Bruto

Variable independiente (y): Créditos Bancarios

Respecto a los indicadores de la variable dependiente, se ha tomado en cuenta las tasas de variación del PIB contra la industria manufacturera, que es quien se beneficia de los créditos bancarios y asimismo el sector financiero que es quien provee los desembolsos de dinero, para ver cómo se han comportado durante el período de estudio.

Por otro lado, se ha tomado la información del PIB en términos reales, debido a que en el 2007 se estableció el año base.

Respecto a la variable independiente se encuentran los principales indicadores de la banca y su eficiencia.

X: Indicadores dependientes

X1: Tasa de Variación del PIB

X2: Tasa de Variación de Servicios Financieros

X3: Tasa de Variación de Manufactura

X4: Producto Interno Bruto Anual Real

Y: Indicadores independientes

Y1: Utilidades Bancarias

Y2: Depósitos

Y3: Cartera Vencida

Y4: Rentabilidad

Y5: Créditos Bancarios

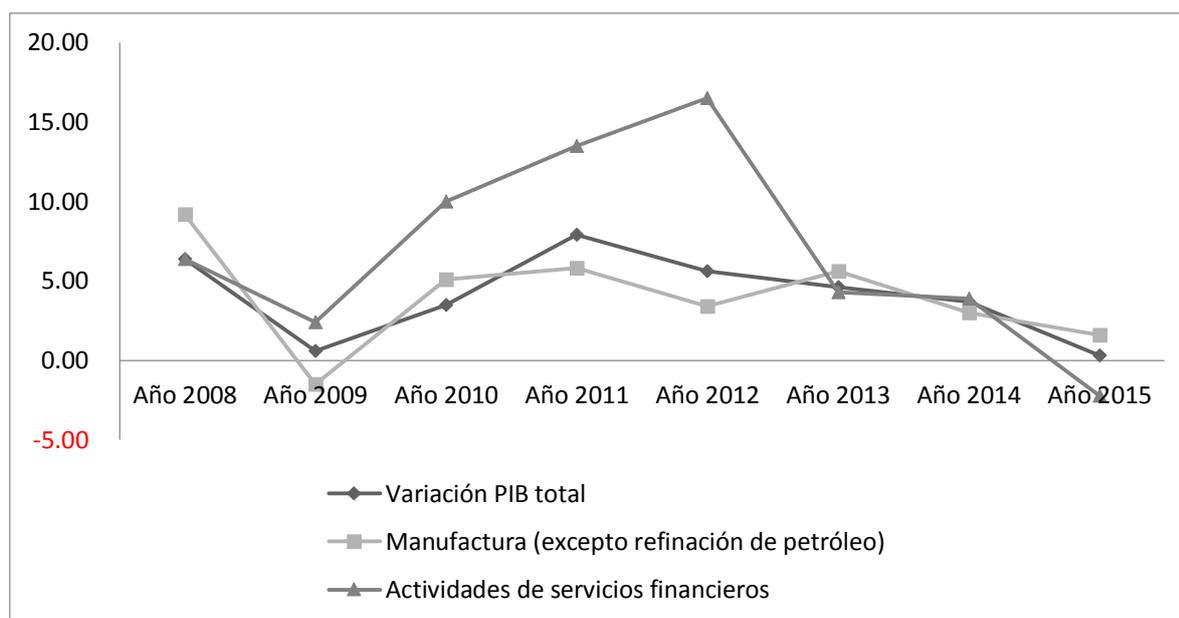
Tasa de Variación del Producto Interno Bruto

Luego de revisados los antecedentes es necesario saber cómo ha sido la evolución del Producto Interno Bruto por industria, en este caso el de la intermediación financiera y el de manufactura comparado con el de la economía en dólares constantes del 2007, donde se puede observar claramente que el sector de actividades de servicios financieros crece por encima de la industria manufacturera, lo que demuestra que el sector bancario se ha ido recuperando enormemente desde el 2008 al 2012, decayendo en el año 2013 y 2014, y acentuándose el año pasado, debido principalmente a los signos de recesión en la economía. (Banco Central del Ecuador, 2015).

Debe entenderse que de acuerdo a lo revisado en las teorías de los ciclos económicos, que un debilitamiento de la economía, afecta enormemente a todos los sectores, siendo los más sensibles la manufactura (industria) y por ende la banca. Para el año 2015, la pendiente en la caída de las actividades de servicios financieros es más prolongada que el mismo PIB, esto se debe a que las instituciones financieras, dada la magnitud de la recesión, ocasionada principalmente por la caída del precio del crudo de exportación, han tenido que restringir créditos, elevar tasas de interés, acortar plazos y exigir más garantías a sus clientes, ya sea corporativos o personas naturales. Esto responde al riesgo bancario que manejan estas entidades, ya que la probabilidad de recuperar un crédito, bajo estas condiciones se complica.

Todo esto se siente en el sector empresarial, donde la recesión se manifiesta con la caída de las ventas, el despido de empleados y el cierre de líneas de negocios, entre otras, el nivel de la actividad económica desciende por lo que la recesión se acentúa, como se puede ver en la Figura 1.

Figura 1. Variación PIB Total y por industria



Fuente: Información Estadística Mensual Banco Central del Ecuador. Boletín 1969. Marzo 2016

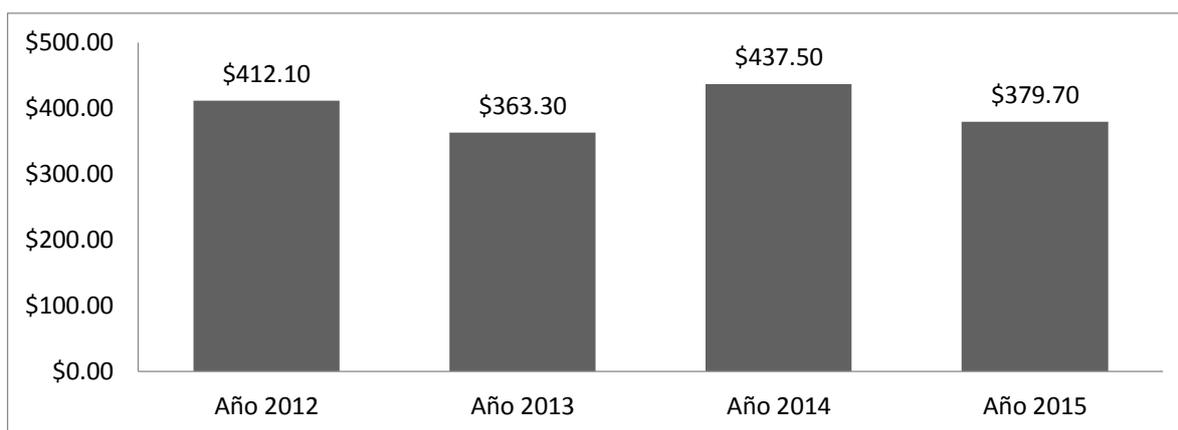
Elaboración: Los autores

Utilidades Bancarias

Respecto a la evolución de las utilidades, desde el año 2008 fueron en promedio de 398.15 millones de dólares, siendo el año 2014 el pico más alto con 437.50 USD, pero ya en el año 2015 se produce un descenso a 379.70 millones de dólares, lo que hace que se sitúe en niveles similares al 2012. (Banco de Guayaquil, 2015).

Si bien es cierto, los bancos siguen generando utilidades, éstas se ven severamente afectadas por la recesión que disminuye la colocación de créditos, además de que que las inversiones, que provienen de los depósitos, no pueden salir libremente hacia el exterior, debido al impuesto a la salida de divisas que penaliza con un 5% estas operaciones. Adicional a esto, se aprobó en abril del 2016 un paquete de reformas que restringen más aún la salida de divisas y promueve el uso del dinero electrónico, pero manejado por el Banco Central del Ecuador, es decir, se le resta autonomía a la banca privada para el manejo de estos recursos, donde el problema generalizado, es la falta de liquidez entre los agentes económicos.

Figura 2. Evolución de las Utilidades de la Banca



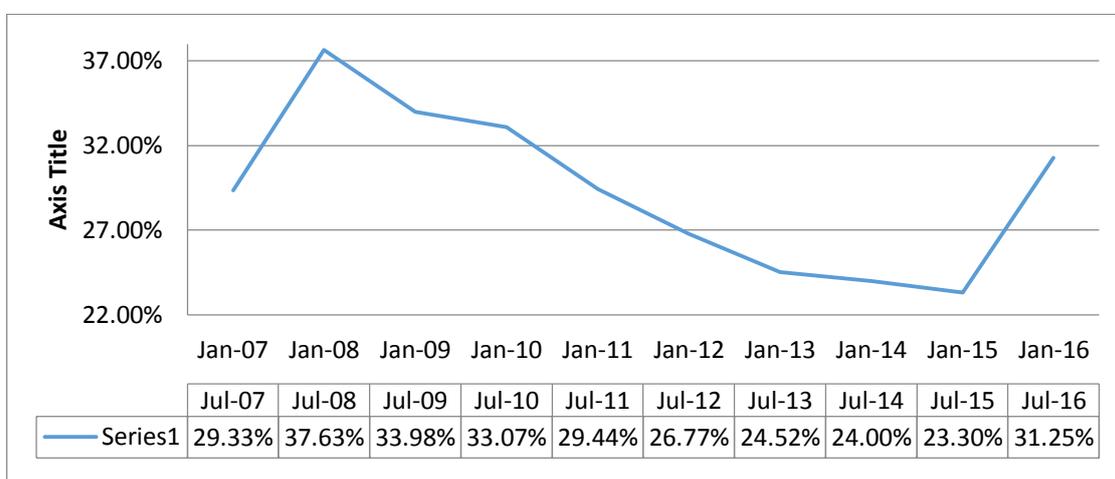
Fuente: Informe de los Accionistas. Banco de Guayaquil. Año 2015

Elaboración: Los autores

Liquidez Bancaria

En cuanto a la liquidez del sistema, se observa que en la Figura 3, esta se ha ido recuperando pero no a los niveles del 2008, lo destacable es que para el año 2016, que el país está en recesión, la liquidez se ha recuperado pasando del 23.3% al 31.3% tomando en cuenta, para este indicador, la relación existente entre los fondos disponibles divididos para el total de depósitos a corto plazo.

Figura 3. Índice de Liquidez de la banca



Fuente: Asociación de Bancos Privados del Ecuador

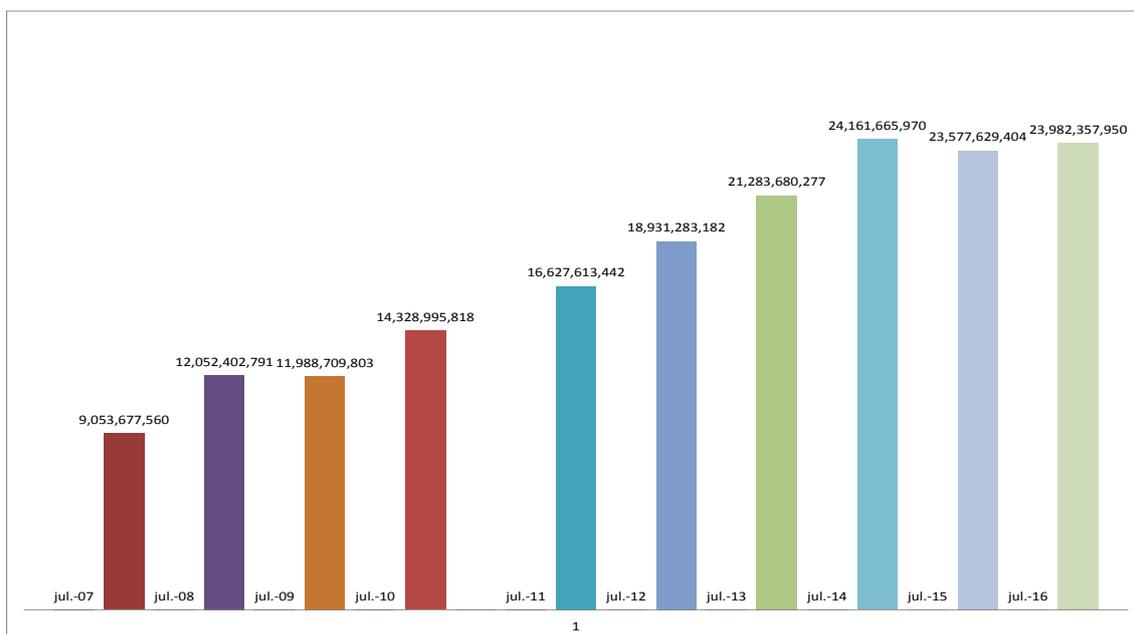
Elaboración: Los autores

Depósitos Bancarios

El negocio bancario es captar y colocar dinero por lo que los depósitos son un indicador de la salud del sistema.

Como se observa en la figura 4, estos han ido evolucionando positivamente lo que evidencia la confianza del público pese a la crisis de 1999.

Figura 4. Depósitos Bancarios



Fuente: Asociación de Bancos Privados del Ecuador

Elaboración: Los autores

Cartera Vencida

Tabla 1. Morosidad por tipo de crédito

Fecha	Morosidad total	Comercial	Consumo	Vivienda	Microempresa	Educativo
jul-06	4.78%	4.49%	5.85%	1.98%	6.80%	
jul-07	3.61%	3.15%	4.84%	1.71%	5.05%	
jul-08	2.85%	2.45%	3.85%	1.29%	4.53%	
jul-09	3.54%	2.62%	5.15%	1.70%	5.72%	
jul-10	2.93%	2.27%	4.35%	1.74%	3.10%	
jul-11	2.68%	1.50%	4.00%	2.16%	3.80%	
jul-12	3.07%	1.24%	5.11%	2.19%	4.91%	
jul-13	3.14%	1.09%	5.53%	2.24%	5.77%	3.43%
jul-14	3.13%	1.07%	5.59%	2.19%	6.17%	0.73%
jul-15	3.75%	1.08%	7.25%	2.07%	6.19%	7.66%
jul-16	4.37%	1.28%	8.57%	3.28%	7.55%	5.41%

Fuente: Asociación de Bancos Privados del Ecuador

Elaboración: Los autores

La cartera vencida como indicador, es importante, en la Tabla 1 se aprecia que a Julio del 2016 la morosidad en créditos de consumo y el de microempresa ha aumentado y llama la atención que el crédito educativo empieza a mostrar síntomas de recuperación, esto responde a la falta de liquidez que está presente en todas las esferas de la economía.

Pese a lo anterior, la morosidad total del sistema no llega ni al 5%, asimismo otro aspecto a considerar es que, al corte de las cifras, que es a julio de cada año, el comportamiento de los indicadores tiene una tendencia similar, lo cual significa que está en parámetros normales.

Rentabilidad Bancaria

Tabla 2. Retorno sobre el Capital (ROE)

Fecha	ROE
jul-07	25.31%
jul-08	27.70%
jul-09	12.88%
jul-10	12.63%
jul-11	18.93%
jul-12	15.01%
jul-13	9.55%
jul-14	10.38%
jul-15	10.27%
jul-16	6.02%

Fuente: Asociación de Bancos Privados del Ecuador

Elaboración: Los autores

El dato de la rentabilidad del sistema también es sorprendente, pues comparando al 2007 los indicadores cortados a julio de cada año indican que la rentabilidad del patrimonio ha ido disminuyendo ya que esta se ha visto afectada por las diferentes fases del ciclo económico.

Comprobación de la Hipótesis

Prueba estadística

Para poder conocer si existe una relación entre las variables, se recurre al método de regresión lineal simple.

Se plantea el modelo lineal: $Y = b_0 + b_1X + E$

Se dispone de $n = 8$ valores

Se determinarán las variables por el método de los mínimos cuadrados

La variable independiente son los créditos porque se supone que si estos aumentan las empresas pueden ampliar su oferta y por tanto el nivel de la actividad económica que es el Producto Interno Bruto (variable dependiente) se vería beneficiada.

Tabla 3. Variables de Correlación

Años	Y	X
	Créditos	PIB Real
2008	\$1.228.694	\$54.250.408
2009	\$1.275.481	\$54.557.732
2010	\$1.550.679	\$56.481.055
2011	\$1.925.115	\$60.925.064
2012	\$2.128.019	\$64.362.433
2013	\$2.199.242	\$67.293.225
2014	\$2.492.859	\$69.766.239
2015	\$2.290.329	\$69.968.813

Fuente: Superintendencia de Bancos, Boletín Estadístico 1969 a marzo del 2016 del Banco Central del Ecuador

Elaborado: Los autores

Resultados

El reporte del programa estadístico de regresión muestra los siguientes resultados:

Estudio de Regresión

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,97742287
Coefficiente de determinación R ²	0,955355468
R ² ajustado	0,947914712
Error típico	1504366,07
Observaciones	8

Intercepto: $b_0 = 36837493,37$

Pendiente: $b_1 = 13,44$

Factor de correlación: $r = 0,97$

Factor de determinación: $r^2 = 0.95$

Con estos datos, el modelo lineal (grado 1) se puede expresar de la siguiente manera

$$Y = 36837493,37 + 13,44X + E$$

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	2,90573E+14	2,90573E+14	128,3949	2,82855E-05
Residuos	6	1,35787E+13	2,26312E+12	572	
Total	7	3,04152E+14			

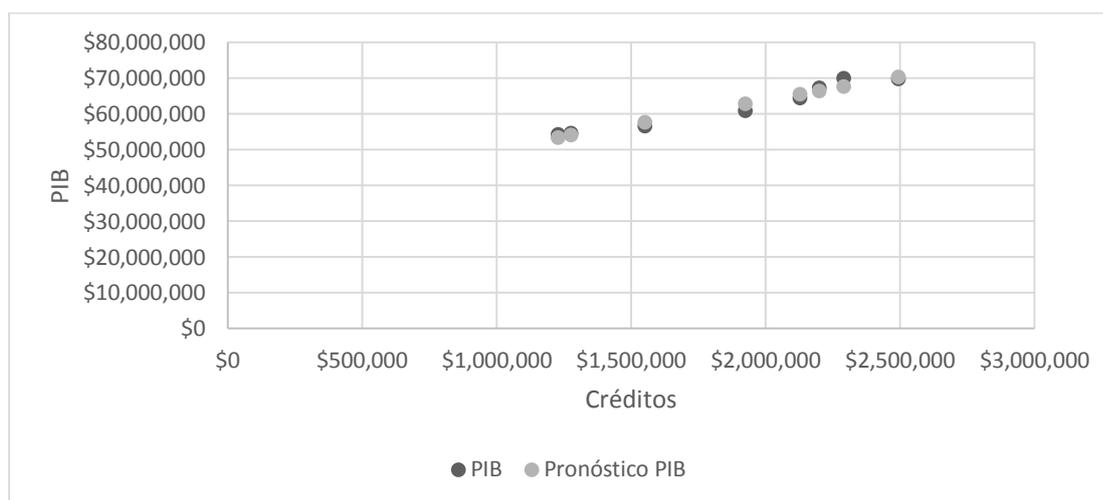
Análisis de Varianza

	<i>Coefficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 95%</i>	<i>Superior 95%</i>	<i>Inferior 95,0%</i>	<i>Superior 95,0%</i>
Intercepción	368374	230067	16,011	3,7697	312079	424670	312079	424670
Créditos	93,37	8,058	58113	9E-06	36,97	49,78	36,97	49,78
	13,445	1,1866	11,331	2,8285	10,542	16,3495	10,5423	16,3495
	95107	36063	14986	5E-05	35722	4492	5722	492

Como se puede observar los factores de correlación y determinación es alto lo que confirma una relación directa entre las variables, por lo tanto, la hipótesis se acepta y se comprueba.

Adicional a lo anterior el diagrama de dispersión se presentan de la siguiente forma:

Figura 5. Curva de regresión ajustada



Fuente: Superintendencia de Bancos, Boletín Estadístico 1969 a marzo del 2016 del Banco Central del Ecuador

Elaboración: Los autores

Se puede apreciar que existe un patrón de comportamiento lineal, además la pendiente del modelo es positiva por lo que a medida que crecen los créditos más se beneficia la economía porque las empresas pueden ampliar su capacidad ofertada.

CONCLUSIONES

Luego de efectuada la investigación, se puede concluir que el aumento de los créditos por parte de los Bancos privados del Ecuador, contribuye al crecimiento del Producto Interno Bruto. El método de regresión lineal utilizado determinó que existe una relación directa entre la variable independiente que eran los créditos, y el PIB, siendo el coeficiente de correlación 0,97 y el de determinación 0,95, asimismo cuando se ajustó el modelo de regresión dio como resultado 0,94.

El periodo de estudio que se tomó fue del año 2008 al 2015, debido principalmente a que el gobierno del Presidente Rafael Correa asumió sus funciones en el año 2007, y estableció este año como base para todos los datos económicos del Ecuador.

La dispersión de los datos entre el pronóstico y las observaciones son muy cercanos, por lo tanto, mientras más créditos otorgue la banca, mayor influencia hay en el crecimiento económico del país.

Al observar las tasas de crecimiento de la industria manufacturera y los servicios financieros, se pudo observar que el descenso va a la par con el PIB.

A nivel de indicadores de la banca, se pudo observar un deterioro en los dos últimos años para las utilidades y rentabilidad, excepto la liquidez que se recuperó ligeramente igual que los depósitos del público.

En cuanto a la cartera vencida también ha registrado un aumento, lo que ha hecho que se produzca un endurecimiento de las condiciones del crédito y restricción de los mismos, esto obliga a un rediseño de las estrategias, como fue observado por la Asociación de Bancos Privados en su boletín.

La economía ecuatoriana está en una fuerte recesión, lo que implica una desaceleración en el ciclo económico, producto de shock externos como la caída del precio del petróleo, la devaluación de monedas de países vecinos, y un fuerte déficit fiscal, que ha hecho que el país crezca menos del 1% en el 2015 y que de acuerdo a pronósticos del fondo monetario internacional, se espere un decrecimiento de alrededor del 2,5% para el 2016, por lo que a criterio de los autores, el camino para superar esta contracción del ciclo debe ser el fomento de las actividades productivas para la generación de empleos y la reactivación de la economía, y esto se puede conseguir a través de los créditos bancarios, como se demostró en el modelo aplicado.

Debido a la ideología del gobierno y su modelo de inspiración keynesiana, la variable de ajuste debe ser la inversión, por lo que los préstamos y la deuda externa sigue incrementándose, además de financiar los déficits internos con reformas tributarias

orientadas hacia la recaudación de impuesto, lo cual hará que la recesión se incremente, previo a un año electoral.

BIBLIOGRAFIA

- Accinelli, E., & Tenorio, L. (2012). Monopolios naturales y tecnología. *Ensayos - Revista de Economía*, 99-115.
- Amir, samin. (01 de Enero de 2013). *América Libre*. Recuperado el 10 de Enero de 2016, de América Libre:
<http://www.nodo50.org/americalibre/anteriores/13/amin13.htm>
- Asociación de Bancos Privados del Ecuador. (2015). Boletín # 056. En A. d. Ecuador, *Boletín # 056* (pág. 15). Quito: Asociación de Bancos Privados del Ecuador.
- Asociación de Bancos Privados del Ecuador. (2016). *Boletín Informativo*. Quito: ABPE.
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Producto Interno Bruto por Industria*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Banco de Guayaquil. (2015). *Informe a accionistas*. Guayaquil: Banco de Guayaquil.
- Beltratti, A., & Stulz, R. (2011). The credit crisis around the globe: Why did some banks perform better? *Journal of Financial Economics*, 1-18.
- Boron, Atilio. (2014). América Latina en la Geopolítica Imperial. En A. Boron, *América Latina en la Geopolítica Imperial* (págs. 15-16). Habana: Editorial de las Ciencias Sociales.
- Correa, Rafael. (2012). Ecuador: de Banana Republic a la No República. En R. Correa, *Ecuador: de Banana Republic a la No República* (págs. 71-86). Bogotá: Random House Mondadori.
- Escartin, E. (2004). Tema 12: Adam Smith. En E. Escartin, *Historia del Pensamiento Económico* (págs. 163-178).
- Hassan, K., Benito, S., & Jung, Y. (2010). Financial development and economic growth: New evidence from panel data. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 1-17.
- Hernández, R., Fernández, C., & Batista, P. (2008). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Komunda, M., & Gävle, H. i. (2012). Remedy or cure for service failure?: Effects of service recovery on customer satisfaction and loyalty. *Business Process Management Journal*, 1-23.
- Lakštutienė, A. (2008). Correlation of the Indicators of the Financial system and Gross Domestic Product in European Union Countries. *ECONOMIC OF ENGINEERING DECISIONS*, 1-12.
- Lenin, Vladimir. (1975). El imperialismo, fase superior del capitalismo . En V. Lenin, *Lenin, Vladimir* (págs. 33-56). Pekin: Ediciones en lenguas extranjeras.
- Nambili, E., & Yazdanifard, R. (2015). The Challenges of Managing an Organisation during and after the Economic. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1-4.

- Revista Ekos. (2015). Ranking de Empresas ecuatorianas por ingresos al 2015. *Revista Ekos*, 30-35.
- Rodríguez, Sarah. (4 de Febrero de 2016). Economía Política del Capitalismo. Portoviejo, Manabí, Ecuador.
- Romero, P. (2008). Crisis bancaria en Ecuador: causas y posibles soluciones. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
- Samuelson, Paul; Nordhaus, William. (2010). *Economía con Aplicaciones a Latinoamérica*. México: McGraw Hill.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito: Senplades.
- Shala, A., Livoreka, B., Vlora, B., & Merovci, S. (2013). The Current Global Financial Crisis 2008-2012. *ACTA UNIVERSITATIS DANUBIUS*, 1-20.
- Superintendencia de Bancos del Ecuador. (Período: Septiembre 2014 – Septiembre 2015). ANALISIS FINANCIERO SISTEMA DE BANCOS PRIVADOS . En D. N. Información, *ANALISIS FINANCIERO SISTEMA DE BANCOS PRIVADOS* (págs. 18-22). Quito: Dirección Nacional de Estudios e Información .

006. LA INVERSION EXTRANJERA DIRECTA EN EL ECUADOR PERIODO 2010 – 2015.

Autores:

Ing. Jonathan Mejía Marín

Ingeniero en Administración de Empresas
Reparaciones Acuicolas & Agrícolas REPRAG
jonathan.mejia@live.com

Econ. Johnny A. Coca V., Msc.

Economista
Magister en Finanzas y Proyectos Corporativos
Docente de la Universidad Tecnologica Ecotec
jcoca@ecotec.edu.ec

RESUMEN

Varios estudios han confirmado que para países que poseen una economía emergente, como Ecuador, es necesario incentivar a los inversionistas extranjeros para que puedan tomar la decisión de invertir en el país a largo plazo, y de esta manera puedan ayudar al crecimiento económico. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo demostrar cómo ha sido la variación de flujos de la inversión extranjera directa en el Ecuador correspondiente al periodo de 2010 al 2015. En esta investigación se tocará los aspectos teóricos correspondientes a la inversión tanto local como global. Además, se determinará cuáles son los factores que han permitido que la IED tenga estos flujos en el presente periodo, permitiéndonos llegar a una conclusión que determinará el real crecimiento de la IED en el Ecuador.

Palabras clave: Inversión, Inversión Extranjera, Balanza de Pagos, Balanza Comercial, riesgo.

Abstract

Some studies have confirmed that for countries with an emerging economy such as Ecuador, it is necessary to encourage foreign investors, so they can make the decision to invest in the country on a long term, and this will help to reach an economic growth. This research aims to demonstrate how it has been varying flows of foreign direct investment in Ecuador to the corresponding period of 2010 to 2015. In this research the relevant theoretical aspects related to both local and global investment. Moreover, we will determine which factors have allowed the FDI have these flows in this period, allowing us to reach a conclusion that will determine the actual growth of FDI are Ecuador.

Keywords: Investment, Foreign investment, Balance of payments, Balance of trade, risk.

INTRODUCCIÓN

El trabajo “La Inversión Extranjera Directa en el Ecuador periodo 2010 -2015” permitirá analizar si el impacto que ha tenido en el Ecuador durante el periodo del 2010 – 2015 ha resultado favorable o perjudicial en cada uno de los sectores productivos de mayor importancia en el país.

Dentro de la investigación, se realizará una comparación de la economía ecuatoriana con respecto a otros países que lleven una economía similar, para que de esta manera se pueda tener un mejor criterio que ayude determinar si nuestra economía ha sufrido un crecimiento o decrecimiento por medio de la inversión extranjera directa.

Se realizará el estudio de las causas que han afectado la llegada de la inversión extranjera directa y las consecuencias que han tenido las políticas adoptadas por el gobierno y sus efectos en el sector privado. En base a este estudio, se realizara un análisis horizontal y vertical en el cual se verificará los picos y los bajos de la IED entre el 2010 y 2015.

Además, en este estudio se determinará con la ayuda de algunas variables e indicadores si las decisiones que han sido tomadas durante este periodo por el sector público y privado como tratados o alianzas estratégicas con nuevos mercados inversores para el Ecuador como el asiático y el europeo han influido positiva o negativamente en el crecimiento económico y social del país, midiendo de esta manera la real importancia que ha tenido la IED en el Ecuador.

Se identificará si en este último periodo Ecuador ha sufrido de un crecimiento o disminución en el atractivo que tiene como país para que el inversionista extranjero lo tenga como una de las principales opciones en las cuales él pueda tomar la decisión de invertir su dinero en un lugar que brinde posibilidad de una confianza y seguridad, de esta manera confiaría en empezar a ganar réditos a partir de la inversión.

DESARROLLO

Inversión Extranjera Directa

La inversión es el “empleo del capital en la producción de bienes o en el aumento de la reserva” (Alejandro Itzik, 2006)

En general, invertir es renunciar a unas satisfacciones inmediatas y ciertas a cambio de unas expectativas, es decir, de unas esperanzas de beneficios futuros. (...). En un contexto empresarial, las renunciaciones y satisfacciones se medirán en unidades monetarias por lo cual se entenderá en este caso por inversión todo proceso que implique unos pagos más inmediatos y unos cobros futuros (Companys Pascual & Corominas Subías, 1988, pág. 31).

En economía, la inversión se define como: “El proceso de intercambio, en un periodo de tiempo determinado, de un ingreso monetario por activos empresariales de los cuales existe la expectativa de un rendimiento futuro de ganancias. De modo que el consumo actual se sacrifica por la expectativa de la obtención de una ganancia económica futura”(Cauz, 2010, pág. 363)

La inversión es cualquier actividad destinada a la producción, intermediación, prestación o transformación de bienes o servicios. Está sujeta a parámetros dictados por las leyes internas de los Estados, comprende acciones, cuotas sociales y cualquier otra forma de participación en sociedades constituidas u organizadas de conformidad con las legislaciones nacionales.

1.1. La Inversión Extranjera

La Inversión extranjera consiste en el ingreso de capital extranjero al país, tal ingreso solo revestirá jurídicamente el carácter de inversión extranjera cuando se efectuó por medio de alguno de los estatutos jurídicos previstos al efecto y conforme a los cuales se originará para el titular, al menos, el derecho de remesar el capital y las utilidades (o intereses en caso de préstamo) y previamente al derecho de acceder al mercado cambiario formal para adquirir las divisas correspondientes.¹

Los flujos de inversión extranjera -tanto de cartera como directa- pueden ser significativos desde varias perspectivas. Desde una perspectiva macroeconómica o de balanza de pagos, los flujos de inversión extranjera pueden ser relevantes para permitir un déficit en la cuenta corriente o incluso para realizar el servicio de la deuda externa, entre otros casos. La inversión extranjera puede entonces fingir como una importante palanca de financiamiento externo para la respectiva economía.

¹ Irigoín, Jeannette, Chile y el Mercosur en América Latina, Tomo II, Editorial Jurídica de Chile, Santiago, Chile, 1999, p524.

1.2. Clasificación de la IED

Según (Markusen & Maskus, 2001, pág. 40) la IED se clasifica en tres grupos y son:
IED Vertical: Es la que ocurre cuando la empresa matriz toma la decisión de llevar los procesos de elaboración de un producto a países que tengan bajos costos de producción, y los procesos corporativos se concentrarían en países con una mejor economía.

IED Horizontal con productos homogéneos: Este tipo de IED se da cuando una empresa matriz toma la decisión de tener plantas de producción en varios países asignados, ya que de esta manera evitarían los grandes costos de transporte y varias barreras comerciales que tendrían si los productos son exportados desde el país de origen.

IED Horizontal con productos diferenciados: Se da cuando hay economías de escala a nivel de la producción con variedad. De esta forma se explica los flujos de comercio intraindustrial entre países desarrollados.

1.3. Modalidades de IED

La IED se puede realizar mediante tres modalidades:

- Acciones y participaciones: La inversión realizada para obtener parte del capital social de una empresa, o la adquisición total de esta.
- Utilidades reinvertidas: Consiste en reinvertir las utilidades que no fueron asignadas a los accionistas de las empresas para que sean parte del patrimonio.
- Otro capital: Las deudas que se tienen entre empresas filiales o relacionadas de alguna manera, estas incluyen las que no tienen obligación de repago o diferentes condiciones determinadas.

1.4. Tipos de IED

Hay cinco tipos de IED y son:

- Alianzas de Riesgo Compartido: Este tipo de alianzas son más conocidas como "joint venture". Es un tipo de alianza especial en la que los socios comparten la propiedad de una nueva empresa. (Griffin, 2011)
- Compra de empresas existentes: Esto se da cuando un inversionista extranjero consigue mediante compra todos los activos pertenecientes a la empresa. Esto permite que se reduzcan los costos en los canales de distribución y en el posicionamiento de la marca como tal.
- Montaje de empresas: Es cuando el inversionista extranjero busca establecerse en el país receptor iniciando la actividad a la que el destinaria estos capitales. Este tipo de inversión permite acogerse a las ventajas provenientes del país escogiendo por su localización.
- Franquicias: "La franquicia es un sistema de comercialización de bienes y / o servicios y / o tecnología, que se basa en una colaboración estrecha y continua entre la ley y las empresas financieramente distintas e

independientes, el franquiciador y sus franquiciados individuales, por lo que el franquiciador concede la franquicia individual, el derecho, e impone la obligación, para llevar a cabo un negocio de acuerdo con el concepto del franquiciador.” (Federación Europea de la Franquicia, 2016)

- Licencias Comerciales: En esta opción, el inversionista extranjero, a través de un contrato de licencia hace un acuerdo mercantil en virtud del cual el licenciante, mediante un derecho de monopolio, como una patente, una marca, un diseño industrial o un derecho de autor, tiene un derecho exclusivo, lo que supone que los demás no pueden explotar la idea, el diseño industrial, el nombre o el logotipo a escala comercial. El licenciante permite al licenciario utilizar y vender, sin censura previa, el producto o nombre a cambio del pago de una tasa.

La Inversión Extranjera Directa en el Ecuador

2.1. La Balanza de Pagos y la I.E.D.

La balanza de pagos es un documento donde se realizarán los diferentes registros contables detallando los movimientos existentes entre los residentes de un país y los del resto del mundo, relacionados con un periodo de un año.

Según el Banco Central del Ecuador resume la Balanza de Pagos en los siguientes componentes normalizados:

- La cuenta corriente que comprende bienes, servicios, renta y transferencias corrientes
- La cuenta de capital y financiera que se refiere a:
 - Transferencias de capital y adquisición / enajenación de activos no financieros no producidos, y
 - Activos y pasivos financieros

ESQUEMA 1 – Estructura de la Balanza de Pagos y la Cuenta I.E.D.

Código	Transacción
1	CUENTA CORRIENTE
1.1	BIENES
1.1.1	Exportaciones
1.1.2	Importaciones
1.2	SERVICIOS
1.2.1	Servicios prestados
1.2.2	Servicios recibidos
1.3	RENTA
1.3.1	Renta recibida
1.3.2	Renta pagada
1.4	TRANSFERENCIAS CORRIENTES
1.4.1	Transferencias corrientes recibidas
1.4.2	Transferencias corrientes enviadas
2	CUENTA DE CAPITAL Y FINANCIERA
2.1	CUENTA DE CAPITAL
2.1.1	Transferencias de capital recibidas
2.1.2	Enajenación de activos no financieros no producidos
2.1.3	Transferencias de capital enviadas
2.1.4	Adquisición de activos no financieros no producidos
2.2	CUENTA FINANCIERA
2.2.1	Inversión directa 
2.2.1.1	En el extranjero
2.2.1.2	En el país
2.2.2	Inversión de cartera
2.2.3	Otra inversión
3	ERRORES Y OMISIONES

Fuente y Elaboración: Autores y Banco Central del Ecuador

Estas dos clasificaciones detallan los registros de las transacciones realizadas por los diferentes agentes económicos residentes y no residentes.

Según el Fondo Monetario Internacional, en su Manual sobre la Balanza de Pagos (Fondo Monetario Internacional FMI, 2009, pág. 144), además de la inversión directa que llega de los inversionistas extranjeros, también se considera las utilidades que se lograron con esa inversión y que se reinvierten en la empresa, aunque si no existiese utilidades y que por el contrario, ese año la empresa presentare perdidas, la inversión directa se presentaría en forma de retiro de capital y disminuiría al total de la inversión directa en el país. Si la situación fuese al contrario, que esos capitales fueran a otras empresas filiales, y que estas se encontraran dentro del país, la inversión directa permanece positiva, pero si estas filiales se encontraran en el exterior, la inversión directa disminuiría.

**TABLA 1 – Cuenta Financiera: Inversión Extranjera Directa 2010 – 2015
(USD Miles)**

Transacción / Periodo	AÑOS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
En el extranjero	-	-	-	-	-	-
En el país	165,3	643,7	567,0	726,5	772,9	1.298,7
Acciones y otras participaciones de capital	264,8	251,7	227,0	423,8	848,1	984,5
Activos frente a inversionistas directos	-	-	-	-	-	-
Pasivos frente a inversionistas directos	264,8	251,7	227,0	423,8	848,1	984,5
Utilidades reinvertidas	212,9	328,0	300,6	310,0	313,8	287,0
Otro capital	(312,4)	64,0	39,4	(7,3)	(389,0)	27,2
Activos frente a inversionistas directos	-	-	-	-	-	-
Pasivos frente a inversionistas directos	(312,4)	64,0	39,4	(7,3)	(389,0)	27,2
SALDO	165,3	643,7	567,0	726,5	772,9	1.298,7

Fuente y Elaboración: Autores y Banco Central del Ecuador

También, se consideran como inversión directa los flujos en especies suministrados por empresas afiliadas; a diferencia de las fusiones y adquisiciones que no se consideran financiamiento para la empresa, esto, solo ocasionará un cambio de inversionistas y no se considerará como I.E.D.

Los dividendos se entenderán como un retiro de capital los cuales se detallan como una reducción de capital de la cuenta financiera.

2.2. Sectores de la IED en el Ecuador

GRÁFICO 1 – Participación Acumulada de la IED en el Ecuador



Fuente y Elaboración: Autores y Banco Central del Ecuador

Según el Banco Central del Ecuador, la inversión extranjera directa ha tenido un vasto crecimiento en varios sectores productivos, todo esto es proveniente de varios países asiáticos, principalmente de China. Esto ha permitido que el sector público se vea beneficiado y pueda realizar inversiones en infraestructura como hospitales, carreteras, represas, refinerías, etc.

En relación al PIB, la IED en el Ecuador ha tenido un ligero incremento desde el año 2010, llegando de 0,2% al 0,8% en el 2014 según Banco Mundial.

En el Ecuador los sectores productivos que reciben IED se dividen en 9 ramas económicas, de las cuales la que mayor participación registra es el sector de explotación de minas y canteras con un 52%, seguidos en el podio por el sector manufacturero y el comercio con un 22% y 17% respectivamente. Mientras que el sector de la construcción constituye un 5%, el sector de agricultura, silvicultura, pesca y caza conlleva un 4%. Los sectores de electricidad, gas y agua llevan el 3% de la participación, asimismo el sector de los servicios comunales, sociales y personales apenas llegan al 1% de la participación acumulada en este periodo. Por último está el sector de transporte, almacenamiento y comunicaciones con un -18%, cifra que es preocupante debido a su tendencia a seguir.

**TABLA 2 – IED por Actividad Económica 2010 – 2015
(USD Miles)**

Rama de actividad económica / período	AÑOS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	10.680,1	458,2	17.844,5	20.760,7	38.911,6	67.635,3
Comercio	93.577,0	77.785,2	83.340,5	110.158,2	148.447,3	172.235,1
Construcción	27.774,2	50.068,3	31.112,4	68.730,5	4.278,4	4.002,0
Electricidad, gas y agua	(6.311,7)	(10.824,9)	46.447,5	29.201,3	(4.671,1)	61.757,9
Explotación de minas y canteras	178.001,5	379.201,9	224.945,0	252.886,2	685.578,2	559.834,4
Industria manufacturera	120.323,6	121.927,1	135.596,2	137.917,8	107.722,2	263.573,0
Servicios comunales, sociales y personales	22.814,1	27.824,4	1.698,6	(2.318,6)	14.072,5	(10.834,4)
Servicios prestados a las empresas	68.015,2	44.697,0	39.478,9	117.684,5	25.563,4	224.145,4
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	(349.577,7)	(47.432,9)	(13.433,3)	(8.530,3)	(246.980,6)	(43.628,4)
TOTAL	165.296,3	643.704,4	567.030,3	726.490,2	772.921,9	1.298.720,3

Fuente y Elaboración: Autores y Banco Central del Ecuador

Según las cifras podemos ver que ha habido un notable crecimiento en la IED del Ecuador de un 685,69% en el 2015 tomando como año base el 2010. A pesar de que varias ramas económicas han sufrido una gran desinversión, este resultado deja entrever que hay un crecimiento significativo, que va encaminada principalmente hacia el sector de explotación de minas y canteras.

2.3. Crecimiento de la IED por Actividad Económica

**TABLA 3 – Tasa de Crecimiento por Actividad Económica 2010 – 2015
(USD Miles)**

Rama de actividad económica / período	AÑOS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	(79,6)	(95,7)	3.794,5	16,3	87,4	73,8
Comercio	11,3	(16,9)	7,1	32,2	34,8	16,0
Construcción	299,8	80,3	(37,9)	120,9	(93,8)	(6,5)
Electricidad, gas y agua	(309,8)	(71,5)	529,1	(37,1)	(116,0)	(1.422,1)
Explotación de minas y canteras	2.967,7	113,0	(40,7)	12,4	171,1	(18,3)
Industria manufacturera	2,2	1,3	11,2	1,7	(21,9)	144,7
Servicios comunales, sociales y personales	25,0	22,0	(93,9)	(236,5)	706,9	(177,0)
Servicios prestados a las empresas	387,7	(34,3)	(11,7)	198,1	(78,3)	776,8
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	(644,2)	86,4	71,7	36,5	(2.795,3)	82,3
TOTAL	(46,3)	289,4	(11,9)	28,1	6,4	68,0

1/ Datos sujetos a revisión

FUENTE y ELABORACION: AUTORES, BCE-SIGADE, Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero (ARCH), Secretaría de Hidrocarburos (SHE) y Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Este sector ocupa un 4% de participación en el periodo estudiado. Esta rama obtuvo un decrecimiento del 79,6% y 95,7% durante los años 2010 y 2011 respectivamente, pero a partir del 2012 el sector se regularizó, llegando a obtener en el año 2015 la entrada de montos de 65 millones de dólares, junto a un crecimiento del 73,8% con respecto al año 2014.

El sector del comercio se compone por tres participantes que son el vendedor, el intermediario y el comprador, donde este último puede comprar el producto para hacer un uso directo, revenderlo o usarlo de materia prima para convertirlo en otro producto. Esta actividad en el Ecuador provee de entrada de varios flujos de dinero provenientes de empresas extranjeras que buscan establecerse dentro del mercado local, ayudando a tener una diversidad que es buena para los compradores. Este sector ocupa el 16% de participación en el periodo estudiado. A pesar de hubo un bajón en el 2011 con un decrecimiento del 16,9%, el sector se ha venido recuperando en los siguientes años, llegando al 2015 con una captación de 172 millones de dólares, por medio de la cual se obtuvo un 16,0% de crecimiento comparado con el año 2014.

El sector de la construcción en el Ecuador lleva algunos problemas desde hace algunos años, tal como se evidencia en la tabla. Este sector posee el 4% de la participación el periodo estudiado y su tendencia es negativa, ya que al final del periodo ha llegado a captar solo 4 millones de dólares con un decrecimiento del 6,5% con respecto al 2014. Aun así, este sector ha tenido dos años positivos, el 2011 con 50 millones y el 2013 donde tuvo un monto de IED de 68 millones de dólares.

Ecuador es un país con mucho potencial en el área energética debido a las facilidades que tiene para que este sector sea desarrollado. Este sector ocupa el 3% de la participación dentro del periodo estudiado. Sus cifras han sido cambiantes, llegando a su monto mayor en el 2015 de 61 millones de dólares y un crecimiento de 1422,10% con respecto al año 2014. Es uno de los sectores que mayor expectativa ha despertado en este gobierno debido a las grandes inversiones en proyectos hidroeléctricos que se han realizado para cambiar la matriz energética. Además se menciona que con el cambio de una matriz termoeléctrica a hidroeléctrica, el país llegará a ahorrar más de mil millones de dólares, asegurando que un 93% de esta energía servirá de consumo para el país.

Este sector es el que más participación ha tenido dentro del periodo estudiado con un 55%. El año en el que más ingreso al país por medio de este sector ha sido el 2014 con 685 millones de dólares y un crecimiento del 171% comparado con el año anterior. Hay que recordar que desde la década de los 70 se empezó con la explotación de los primeros barriles de petróleo en el país, lo cual permitió que la economía se vea favorecida en gran manera, tanto así que el país ha vivido un gran periodo de auge mientras los precios del barril de petróleo lo permitían. Esto ha ocasionado que suframos del mal de la “enfermedad holandesa”². Debido a que este es un recurso no renovable y está previsto que el país tenga reservas de petróleo para unos 20 años más, el gobierno del Econ. Rafael Correa ha destinado un gran interés en el cambio de la matriz productiva del país. Uno de los incentivos que se proponen viene de la ley minera provocando que varias empresas extranjeras empiecen la búsqueda de extracción de metales como el cobre, el cual tiene el más grande ejemplo con el “Proyecto Mirador” en Zamora Chinchipe, que cuenta con reservas importantes en cantidad con respecto al cobre, oro y plata. El crecimiento de este sector puede poner a Ecuador en la órbita de las “grandes ligas”, pero habría que tener cuidado con volver a caer en la enfermedad holandesa.

La industria manufacturera es donde se encuentran las actividades de transformación de materias primas en productos terminados como alimentos, bebidas, textiles, derivados del petróleo, derivados del plástico, derivados del metal, etc. Es uno de los sectores que más aporta a la economía del país, siendo la segunda en participación dentro del periodo estudiado con un 21%. Este sector se ha mantenido estable llegando a tener una pequeña desaceleración en 2014 pero tuvo una recuperación en el 2015 con la entrada de 263 millones de dólares y un crecimiento del 144,7%. Los alimentos y bebidas son fundamentales en la aportación de este sector.

Este sector se compone por actividades relacionadas con inversiones en el sector de la salud y actividades sociales de las personas. Solo conlleva el 1% de participación

² La enfermedad holandesa consiste en un aumento significativo de los ingresos del país gracias a un recurso no renovable

en el periodo estudiado con tendencia irregular hacia negativa. Su mejor año fue el 2014 con la entrada de 14 millones de dólares, pero en el 2015 sufrió una desinversión del 177%.

El sector de servicios prestados a las empresas es parte del sector terciario de la economía del país. Se compone básicamente de actividades comunes en las empresas como vigilancia, limpieza, asesoramiento tributario, fiscal y legal, etc. Este sector ha sido inestable, ya que sus flujos han subido y bajado cada año aunque su mayor monto se registró en el año 2015 con la entrada de 229 millones de dólares y un crecimiento del 776,8%.

Este es el sector con mayor desinversión dentro de las ramas de la economía ecuatoriana. Con una participación del -17% y saldos negativos en todo el periodo estudiado, que denotan que hay una salida de capitales muy constante, además de poca reinversión de utilidades.

Factores que afectaron la IED en el Ecuador

Los factores económicos tienen un papel fundamental en varios aspectos como las políticas monetarias, fiscales, tasas de interés; pero sobre todo en la inversión extranjera. Estos factores ayudan a la toma de decisiones de la inversión. Un factor determinante para la IED es la apertura que hay en los mercados de capitales y en el sector financiero, en la medida que los inversionistas que penetran en los mercados encuentran mayor liquidez.³

Según el portal Doing Business del Banco Mundial, Ecuador se encuentra en el puesto 114 en el ranking de facilidad para realizar negocios. El promedio de días para crear una empresa en el Ecuador es de 50.5, mientras que el número de procedimientos en otras partes del mundo son 12⁴

Los inversionistas ven el ambiente laboral con buenos ojos las remuneraciones que son recibidas por sus trabajadores, debido a la diferencia de costos que hay entre un país desarrollado y uno en vías de desarrollo. (Vial, 2001).

Según Alberto Acosta⁵, el riesgo país es el nivel de incertidumbre para otorgar un préstamo a un país. Este mide la capacidad de dicho país para cumplir con los pagos de los intereses y del principal de un crédito al momento de su vencimiento.

Según el Phd. Fidel Márquez (Márquez, 2006, pág. 2), el riesgo país se puede definir como el riesgo a una pérdida a la que el inversionista está expuesto por razones relacionadas con la soberanía y la situación económica del país.

Para el B.C.E., el riesgo país es un concepto económico que ha sido analizado y estudiado en diversas formas, derivando varias metodologías de diversas índoles, entre esas la metodología EMBI⁶ la cual es utilizada en Ecuador.

³ Valencia, Jorge, Armonización de las estrategias de promoción de la inversión extranjera directa en la Comunidad Andina 2003

⁴ Tomado de: <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreconomies/ecuador/>

⁵ Acosta Alberto y otros, El otro riesgo país, 1ra Edición, Ediciones Abya-Yala, Quito Ecuador, 2005

3.1. Variables de Cálculo para el Riesgo País

Esquema 2 – Variables de Cálculo para el Riesgo País



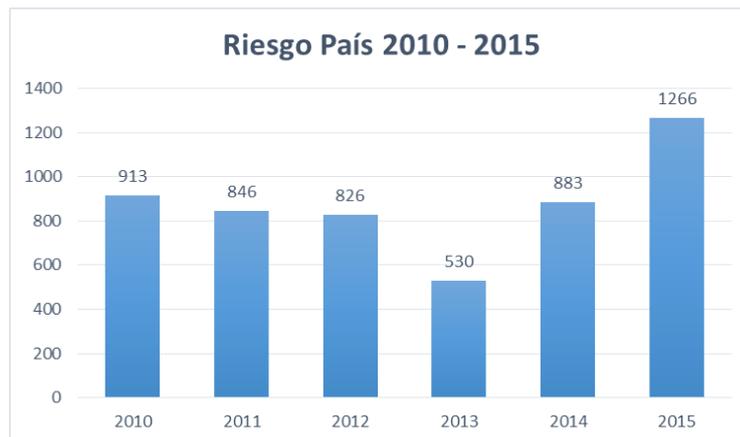
Las variables a tomar en cuenta son diferentes dependiendo de cada empresa que calcule la ponderación del riesgo país. En el caso del indicador EMBI, se toman diferentes criterios de elegibilidad y liquidez que forman parte de esta ponderación. Entre las variables que determinan el riesgo país tenemos:

3.2. Riesgo País 2010 – 2015

El riesgo país es un indicador que se calcula diariamente, pero para el presente estudio y medir la variación que existe, se tomó el riesgo país del 31 de diciembre de cada año dentro del periodo estudiado. Hay que tomar en cuenta que, a menor valor, menor es el riesgo.

⁶ Un indicador de riesgo país calculado por JP Morgan Chase, se basa en la diferencia de tasa de interés que pagan entre los bonos de economías emergentes y los bonos de tesoro de Estados Unidos

GRÁFICO 2 – Riesgo País al final de cada año 2010 – 2015



Fuente y Elaboración: Autores y Banco Central del Ecuador

El año con mejor cierre de riesgo país ha sido el año 2013, pero, por lo que podemos observar la tendencia es a incrementar. El 31 de diciembre del 2015, el riesgo país cerró con un valor de 1266 que ha sido el mayor que hay en el periodo estudiado.

3.3. Indicadores Mundiales de Buen Gobierno

El Banco Mundial desarrolló varios indicadores del nivel de gobernabilidad que tienen a través de un proyecto que fue llevado a cabo por Daniel Kaufmann y Massimo Mastruzzi, del Instituto del Banco Mundial, y Aart Kraay, del Grupo de Investigaciones sobre el Desarrollo del Banco Mundial, de esta manera se conoce la calidad de las instituciones en los diferentes países del mundo.

Los indicadores van desde un valor cuantificado que va de 0 a 100, siendo 100 muy alto hasta 0 siendo muy bajo. Estos indicadores sirven para medir seis variables en las que se puede concluir el grado de satisfacción que hay acerca de la gobernabilidad del país y son:

3.3.1. Voz y Rendición de Cuentas

Este indicador mide el grado en que las personas pueden elegir sus propios gobernantes, además del grado de libertad de expresión que hay en el país.

Gráfico 3 – Voz y Rendición de Cuentas 2010 - 2014



Fuente y Elaboración: Autores y Banco Mundial

Según Fundamedios⁷, en el año 2011 se denunciaron 156 agresiones en contra de la prensa ecuatoriana, la mayoría de estos provenientes de funcionarios públicos, razón por la cual su promedio tan bajo, 38 puntos.

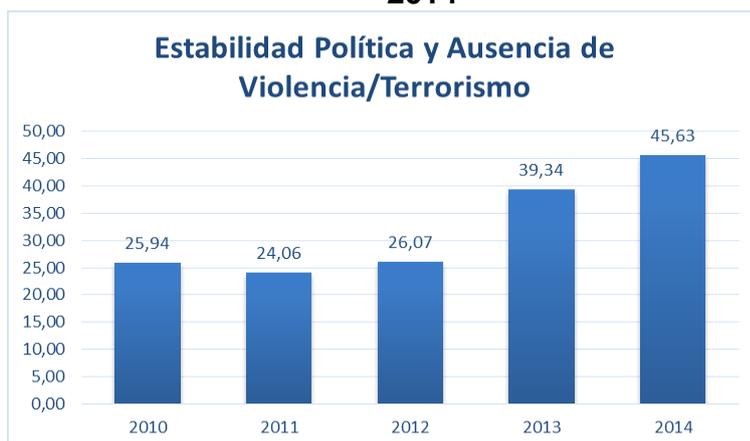
3.3.2. Estabilidad Política y Ausencia de Violencia/Terrorismo

Es la probabilidad de que el gobierno pueda sufrir una desestabilización por medios inconstitucionales o violentos, incluidos los actos de terrorismo.

El gobierno de Rafael Correa ha mantenido una estabilidad política importante, que, conjuntamente con el Ministerio del Interior, Ecuador es uno de los que están debajo del promedio latinoamericano con una tasa de 12,7 casos de homicidios por habitantes. (Ministerio del Interior, 2013).

⁷ La Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios (**Fundamedios**) es una organización de la sociedad civil creada en el 2007 cuya tarea principal es el apoyo a medios de comunicación y periodistas a través de su red de monitoreo de amenazas a la libertad de expresión y asociación, proyectos, capacitaciones, talleres destinados a la reflexión en torno al oficio periodístico

GRÁFICO 4 – Estabilidad Política y Ausencia de Violencia/Terrorismo 2010 – 2014



Fuente y Elaboración: Autores y Banco Mundial

3.3.3. Calidad Normativa

La calidad normativa es el índice que mide la amplitud que posee el gobierno en establecer políticas y leyes que permitan el desarrollo del sector privado.

GRÁFICO 5 – Calidad Normativa 2010 – 2014



Fuente y Elaboración: Autores y Banco Mundial

3.3.4. Eficacia del Gobierno

Este indicador mide la satisfacción que se tiene con respecto a los servicios públicos y la administración pública. Además de la independencia que tienen estos con respecto a presiones políticas.

Para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Ecuador ocupa el sexto lugar en eficiencia del servicio público a nivel regional en un estudio que se realizó entre el 2004 y 2013 (Banco Interamericano de Desarrollo BID, 2014, pág. 25). Esta es una de las razones por las cuales evoluciono en casi todos los subsistemas en un promedio casi del 8%.

GRÁFICO 6 – Eficiencia del Servicio Público 2010 – 2014



Fuente y Elaboración: Autores y Banco Mundial

3.3.5. Control de la Corrupción

Es la medida en que se controla el exceso de poder público y derivarlo en un beneficio privado, sea para uno mismo o para otros.

Según el ente creado por la ONG, Transparencia Internacional, el Índice de Percepción de Corrupción pone a Ecuador en el puesto 107 de un total de 167 en el año 2015 con un puntaje de 32 sobre 100, ubicándolo entre los 40 países más corruptos del mundo. (Transparency Internacional, 2016)

GRÁFICO 7 – Control de la Corrupción 2010 – 2014



Fuente y Elaboración: Autores y Banco Mundial

Conclusiones y Recomendaciones

4.1. Conclusiones

Luego de realizar el estudio y análisis concerniente a la inversión extranjera en el Ecuador durante el periodo 2010 – 2015, una persona natural o jurídica decide invertir en un país determinado con el objetivo de generar ganancias a partir de realizada la inversión. La IED tiene una importancia fundamental para el crecimiento económico de los países, ya que estos capitales generan rentabilidad, y esta a su vez, nuevos capitales.

Podemos comprobar que hay un crecimiento de los montos captados en la IED, sobre todo hacia un sector en específico que es el de explotación de minas y canteras, cumpliendo así en parte lo propuesto por el gobierno nacional en cambiar la matriz energética del país, sin embargo, esto no es del todo cierto. Como podemos observar en la tabla 2, las cifras demuestran que varios sectores en el Ecuador han sufrido bajones en sus montos de inversión extranjera, e inclusive algunos sufriendo una grave desinversión que termina afectando a la economía a niveles micro y macro.

A pesar de que el gobierno ha establecido ciertos incentivos y ha firmado varios convenios con otros países para de esta manera atraer inversionistas extranjeros en algunos sectores, estos no han sido suficientes para lograr su objetivo.

Varias organizaciones importantes en el mundo. como el Banco Mundial explican de como en el Ecuador se presentan varias situaciones y factores que hablan de la imagen que tiene el país en el exterior y como llegarían a afectar a la IED, varios de estos son la carga tributaria, calidad normativa, la corrupción, entre otras.

Provocando así, ahuyentar a los inversionistas, y que no tomen la decisión de traer sus capitales al país como se puede evidenciar en la tabla 2.

4.2. Recomendaciones

- Establecer una política fiscal más suave en el país dando años de gracia al pago del impuesto a la renta a empresas que pertenecen a los sectores primarios del país, para que de esta manera la carga impositiva no sea estricta, permitiendo así que haya un incentivo mayor para los inversionistas extranjeros y se elimine el temor de que pierdan sus ganancias. De esta manera se ampliaría el espectro de captación que tendría el estado ecuatoriano, esto permitiría un desarrollo en varios sectores y generaría más fuentes de empleo
- Destinar el gasto público a la inversión en sectores que tengan un potencial de crecimiento productivo a largo plazo, para de esta manera atraer un mayor ingreso de IED. Un ejemplo a seguir puede ser las medidas que se están tomando con las campañas turísticas de “All You Need Is Ecuador” fomentando los atractivos que posee el país.
- Mermar diferencias políticas y restablecer relaciones comerciales con varios países que eran aliados antes de la entrada del actual gobierno, para de esta manera contar con más socios comerciales que busquen invertir sus recursos en el país y explotar la verdadera capacidad productiva que puede llegar a tener Ecuador

Evitar las reformas tributarias en un periodo de 5 años, de esta manera se evitara una inestabilidad que ahuyenta a los inversionistas extranjeros. Como podemos observar en la tabla 2, los capitales ingresan pero poco después terminan retirándose por el temor de los inversionistas al desconocer los nuevos costos tributarios.

Bibliografía

- Alejandro Itzik, S. T. (2006). *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid, España.: Bookworld Services.
- Banco Interamericano de Desarrollo BID. (7 de Septiembre de 2014). *Una década de reformas del servicio civil en américa latina (2004–13)*. Washington, D.C.: A&S Information Specialists, LLC. Obtenido de <http://www.elciudadano.gob.ec/ecuador-es-un-pais-con-altos-indices-de-eficiencia-en-servicio-publico/>
- Cauz, J. (2010). *Enciclopedia Britanica* (15 ed.). Chcago, E.E.U.U.: Enciclopedia Britanica.
- Companys Pascual, R., & Corominas Subías, A. (1988). *Planificación y Rentabilidad de Proyectos Industriales*. Barcelona, España: Marcombo S.A.
- Congreso Nacional del Ecuador. (2001). Res. R-22-058 (R.O. 280, 8-III-2001). *Ley de Regimen Monetario y Banco del Estado*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- El Universo. (21 de Diciembre de 2015). *Ecuador inaugura minería a gran escala Proyecto Mirador*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/12/21/nota/5311143/ecuador-inaugura-mineria-gran-escala-proyecto-mirador>
- Federación Europea de la Franquicia. (28 de Julio de 2016). *European Franchise Federation*. Obtenido de <http://www.eff-franchise.com/101/franchising-definition-description.html>
- Griffin, R. W. (2011). *Administracion*. Texas: Cengage Learning.
- Grupo de Trabajo sobre Desarrollo y Medio Ambiente de las Americas. (Mayo de 2008). *Inversion Extranjera Directa y Desarrollo Sustentable*. Washington, DC 20009, USA: Fundación Böll Hinrich América del Norte. Obtenido de http://ase.tufts.edu/gdae/pubs/rp/fdi_wg_may08_span_full.pdf
- Larrea Maldonado, C. (Enero de 2004). *Pobreza, Dolarización y Crisis en el Ecuador*. Obtenido de <https://repository.unm.edu/bitstream/handle/1928/12246/Pobreza%20dolarizaci%C3%B3n%20y%20crisis%20en%20el%20Ecuador.pdf?sequence=1>
- Loungani, P., & Razin, A. (Junio de 2001). *Finanzas y Desarrollo*, 38(2), 4. Obtenido de <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2001/06/pdf/loungani.pdf>
- Markusen, J. R., & Maskus, K. E. (2001). *General Equilibrium Approaches to the Multinational Firm: A Review of Theory and Evidence*. Massachusetts.
- Marquez, F. (2006). *Análisis Riesgo País*. Guayaquil: Centro de Investigaciones de la UEES.
- Ministerio del Interior. (20 de Febrero de 2013). *Ecuador presenta un índice de homicidios debajo del promedio de la región y menor al de varias ciudades de los Estados Unidos*. Obtenido de <http://www.ministeriointerior.gob.ec/ecuador-presenta-un-indice-de-homicidios-debajo-del-promedio-de-la-region-y-menor-al-de-varias-ciudades-de-los-estados-unidos/>
- Olivier Blanchard, A. A. (2012). *Macroeconomía*. París: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICOS. (2002). *INVERSIONES EXTRANJERAS DIRECTAS EN DESARROLLO: UN MÁXIMO DE BENEFICIOS POR UN COSTO MÍNIMO*. París: Centro de la OCDE. Obtenido de <http://www.oecd.org/investment/investmentfordevelopment/1959795.pdf>
- Revista Líderes. (21 de Junio de 2015). *El sector de la construcción está en riesgo de paralizarse*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/sector-construccion-ecuador-economia.html>
- Transparency Internacional. (28 de Julio de 2016). *CORRUPTION PERCEPTIONS*. Obtenido de <http://www.transparency.org/cpi2015>

007. POLÍTICAS ARANCELARIAS Y SU IMPACTO EN LA INDUSTRIA DEL CALZADO EN EL ECUADOR PERIODO 2009-2015.

Autores:

Autor: Karem Lourdes Farfán Redwood

Ingeniera de Administración de Empresas énfasis Negocios Internacionales en la Universidad Ecotec.

Guayaquil, Ecuador.

Kfarfan@est.ecotec.edu.ec

Eliott Eduardo Jaime Carriel

ej Jaime@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador

Docente, Coordinador de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Máster en Dirección de Empresas.

Guayaquil-Ecuador

RESUMEN

El presente artículo, pretende determinar la incidencia de la Implementación de las Políticas Arancelarias en el desarrollo de la Industria de calzado en el Ecuador entre el periodo 2009-2015.

Para la realización de esta investigación, se sistematizaron los aspectos teóricos relacionados con las políticas arancelarias; de igual forma, se diagnosticó la implementación de las políticas arancelarias en la Industria del calzado mediante los resultados estadísticos de la aplicación de una encuesta que se realizó a 91 fabricantes de calzado de la ciudad de Guayaquil; los cuales determinaron que la aplicación de las políticas arancelarias en el sector del calzado generaron consecuencias como: aumento de precio del producto, mayor introducción de mercadería ilegal, calidad de calzado ecuatoriano inferior y menor crecimiento de lo estimado de la Industria de calzado ecuatoriano.

Esta investigación, propone como medida de solución, para el desarrollo de la Industria del calzado de Ecuador: Programas de Inversión para la producción de un calzado más competitivo, control Gubernamental para la erradicación del contrabando, planes de capacitación y formación para incorporar mano de obra calificada, realización de estrategias de promoción para dar a conocer el calzado ecuatoriano al mercado interno y externo, y la recomendación de la implementación en el marco de las Políticas Arancelarias, cupos de importación como incentivo económico que favorezca el mayor desenvolvimiento en la Industria de calzado nacional.

Palabras clave: Políticas Arancelarias, Importaciones, Calzado nacional, Industrias, Arancel.

ABSTRACT

The present article pretends to determine the impact of the implementation of tariff policies in the development of the footwear industry in Ecuador in the period 2009-2015.

In this Investigation, the theoretical aspects related to tariff policies were systematized; similarly, the implementation of tariff policies were diagnosed through the statistical results of the application of a survey conducted to 91 shoemakers of the city of Guayaquil, which determined that the implementation of policies tariff in the footwear sector generated consequences like: the increase in price of the products, the introduction of illegal goods, lower quality in footwear Ecuadorian, and lower growth in Ecuadorian footwear Industry.

This investigation proposes as a measure of solution for the development of the footwear industry of Ecuador, the investment of productions programs to make more competitive the Ecuadorian footwear, the increase Government control for the eradication of smuggling, the creation of training plans to improve the skills of footwear producers, the generation of marketing strategies to publicize the Ecuadorian footwear in national and foreign markets, and the recommendation of the implementation within the framework of tariff policies, import quotas as an economic incentive that encourages more development in Ecuadorian footwear industry.

Keywords: Tariff Policy, Imports, National Footwear, Industries, Tariff.

INTRODUCCIÓN

La industria del calzado, es un importante generador de mano de obra y trabajo en el Ecuador. El sector del calzado ha crecido en los últimos años en distintas ciudades del país, según la Cámara Nacional de Calzado (CALTU), las empresas fabricantes de calzado se distribuyen en el país de la siguiente manera: 44% Ambato, 28% Quito, 20% Cuenca, 18% Guayaquil, 5% Gualaceo, 3% Latacunga y 2% Guaranda. De ellas el 45% son artesanales, el 31% Sociedad Anónima y Compañía Limitada, el 13% como persona natural y el 7% microempresa y Sociedad Civil Comercial. Sin embargo, la industria del calzado no ha tenido un desarrollo notorio que le permita cruzar fronteras y ser reconocido internacionalmente, esto se debe a factores como: poca mano de obra calificada, inversión y entrada de calzado extranjero de menor costo.

Este último factor, es el que más ha incidido en la industria nacional de calzado, como ilustración, en el 2008, la industria del calzado recayó en una crisis comercial, a causa de la importación de zapatos asiáticos en el mercado ecuatoriano a costos inferiores de US\$5,00. Según la Presidenta de la Cámara de Comercio de Calzado de Tungurahua, Sra. Lilia Villavicencio, en una entrevista del Diario La Hora indicó: “El ingreso de calzado, cuyo valor no superaba los US\$0,57 centavos y la entrada de zapatos usados, hicieron que casi desaparezca la industria de calzado nacional”. (La Hora, 2013)

En el año 2009, el Señor Presidente del Ecuador, Econ. Rafael Correa, implementó políticas arancelarias al calzado extranjero como método de protección a la industria de calzado local, con el objetivo que los productores de calzado logren crear fuentes de trabajo, mejorar su desarrollo industrial y elaborar productos de calidad, con el fin de cubrir la demanda que dejó la disminución de los artículos extranjeros. Sin embargo, esta medida arancelaria ha generado consecuencias en los productores de calzado, las cuales se deben analizar para conocer si la política arancelaria colocada cumplió el desarrollo productivo nacional esperado por el gobierno nacional.

Con este artículo, se persigue determinar la incidencia de la implementación de las políticas arancelarias en el desarrollo de la industria del calzado en el Ecuador entre 2009-2015. Para esto, se empleará objetivos específicos que permitirán la relación del objetivo General, tales como: Sistematizar los aspectos teóricos, relacionados con las políticas arancelarias; Diagnosticar, la implementación de las políticas arancelarias, en el desarrollo de la industria del calzado ecuatoriano entre 2009-2015 y Proponer en el marco de políticas arancelarias, incentivos económicos que, favorezcan el desarrollo sostenido de la industria del calzado en el Ecuador.

REVISIÓN TEÓRICA

Comercio Internacional como eje económico

El comercio Internacional, es aquella actividad económica basada en los intercambios de bienes, capitales y servicios, que lleva a cabo un determinado país con el resto del mundo, regulado por normas internacionales o acuerdos bilaterales. (Ballesteros, 2001, p.11)

Comercio Internacional se define como, la introducción de productos extranjeros a un país y la salida de éstos a otros países, integran lo que se denomina Comercio Exterior. (Salvador, 2004, p.21)

Es el intercambio de bienes económicos que, se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera que, se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) y entradas de mercancías procedentes de otros países (importaciones). (Caballero y Padín, 2006, p. 4)

Teorías del Comercio Internacional

Teoría del Libre Cambio

La teoría del Libre cambio según el autor Polo (2007) sostiene:

Es un sistema basado en las relaciones económicas internacionales sin barrera arancelarias, libre de cualquier medida que obstaculice el intercambio internacional de bienes. Se basaba en la división internacional del trabajo, en el patrón oro que proporcionaba seguridad en las transacciones internacionales y en la libertad de los mares. El librecambismo, según sus defensores como Adam Smith, beneficiaba a toda la economía en general ya que mejora la competitividad, pero sobre todo beneficia a los consumidores, debido a que aumenta su renta en general. (p. 75)

Por otro lado, el Librecambismo según el autor Ballesteros (2001) afirma:

Librecambismo es una doctrina económica que, propugna el establecimiento de un régimen de comercio libre de restricciones cuantitativas y de cualesquiera medidas que obstaculicen el intercambio internacional de bienes. Se apoya en las ventajas de una mayor competencia, y en los beneficios que de ello se derivan para el consumidor. Este movimiento surgió como reacción frente al mercantilismo. (p.13)

Teoría del Proteccionismo

El Proteccionismo, el autor Polo (2007) lo define como:

Un sistema que defiende la producción nacional frente al exterior. Se tiene en cuenta sectores y problemas concretos, y se pretende obtener beneficios a corto plazo. El proteccionismo se basaba en teorías como proteger y comprar solo la producción nacional, evitar transferencias de empleo, renta y riqueza a otros países, la industria de un país con menos riqueza no puede competir con la industria de los países ricos. Una de las justificaciones de esta teoría es que, permite minorar el déficit comercial con el exterior, lo que fuerza una reducción de las importaciones. (p.65)

Del mismo modo, el autor Ballesteros (2001) atribuye a la Teoría del Proteccionismo como:

Es una doctrina o sistema de política económica, encaminada a defender la producción nacional frente al exterior, mediante la implantación de gravámenes a la importación de bienes y servicios extranjeros. Esta teoría se basa en la defensa de los puestos de trabajo o en el inconveniente de quedar excesivamente vinculados a otras economías. La primera respuesta social ante una crisis, suele

ser el evitar al máximo la competencia exterior, porque sus perjuicios se pueden medir sin dificultad y de forma inmediata. (p. 14)

Teoría de la Ventaja Absoluta

La teoría de la Ventaja Absoluta según el autor Cantos (1998) indica:

Adam Smith, afirmaba que las fuerzas del mercado, y no los controles gubernamentales, deberían determinar la dirección, el volumen y la composición del comercio nacional. Bajo condiciones de libre competencia, cada nación debería especializarse en producir aquellos bienes en los cuales es más eficiente (tiene una ventaja absoluta), y por eficiente se refiere a que es capaz, con una unidad de input (hora de trabajo, hectárea de terreno), de producir mayor cantidad de output, o producto acabado. Algunos de estos productos serían exportados para pagar las importaciones de bienes que, pudieran ser producidos más eficientemente por cualquier otro país. (p.26)

De igual forma, el autor Bajo (1991) da otra definición de la Ventaja Absoluta que afirma:

La teoría de la ventaja absoluta, de acuerdo con la formulación original de Adam Smith, indica que si un país exportaría (importaría) aquellas mercancías en las que tuviera ventaja (desventaja) absoluta de costes, esto es, aquellas mercancías cuyo coste total de producción, en términos absolutos, fuera inferior (superior) en dicho país con respecto a los costes derivados de producir la mercancía en el otro país considerado; ello redundaría, a su vez, en un incremento del bienestar de ambos países y del mundo en conjunto. (p.15)

Teoría de la Ventaja Comparativa

Para el autor Cantos (1998) la teoría de la Ventaja Comparativa afirma:

David Ricardo demostró, en 1817, que incluso cuando una nación poseía la ventaja absoluta en ambos productos, el comercio todavía con ventaja para ambos países, siempre y cuando la nación menos eficiente no fuese igualmente menos eficiente en la producción de los dos bienes. Es decir, un país debe especializarse en fabricar un tipo de producto en donde sea más eficiente, para luego vender su excedente en el mercado internacional y con las ganancias obtenidas comprar los productos que necesita y no ha fabricado. (p.28)

Por otra parte, el autor Bajo (1991) atribuye:

La teoría de la ventaja comparativa, según David Ricardo, señalaba que, para que el comercio internacional aumente el bienestar de los países que lo practican, no es necesario que existan diferencias absolutas de costes entre los países sino que, es suficiente el que dichas diferencias de costes sean relativas. Por ello, un

país exportaría (importaría) la mercancía que produce con un menor (mayor) coste relativo, en términos de la otra mercancía. (p.16)

Política Arancelaria

La Política Arancelaria según el autor Laguardia (s.f.) afirma:

Es una medida que consiste en, un conjunto de principios, instrumentos y normas que utiliza un país, para regular sus relaciones comerciales con el exterior. De forma general, los países diseñan y ponen en práctica medidas de política comercial con el objetivo fundamental de incidir, de alguna manera, sobre la orientación, estructura, volumen de su comercio exterior.

Hay que destacar que, existe un amplio número de instrumentos o medidas arancelarias, con que pueden contar los gobiernos para controlar sus relaciones comerciales con otros países. De manera general, se puede clasificar estas medidas arancelarias en dos grandes grupos:

- Barreras Arancelarias
- Barreras No Arancelarias

Las Barreras Arancelarias

El Instituto de Promoción de Exportación e Inversión del Ecuador (s.f), afirma que:

Las Barreras Arancelarias, son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salidas de las mercancías. El instrumento que se utiliza para ejercer este tipo de medida es el arancel, también conocido como derecho de aduana. La importancia de los aranceles radica en que, proporcionan a las mercancías producidas en el país una ventaja en materia de precios con respecto a mercancías similares importadas, además de constituir una fuente de ingresos para los gobiernos.

Las Barreras No Arancelarias

El autor Ballesteros (2001) señala que las Barreras No arancelarias:

Son todas aquellas otras medidas, incluso por omisión de los poderes públicos, y que tienen el mismo efecto que el Arancel de dificultar los intercambios internacionales. Por otra parte, aunque afectan al comercio, nunca se presentan como medidas comerciales, sino que se revisten de finalidades muy adversas: defensa de los consumidores, sanidad pública, defensa de la naturaleza, etc. (p.49)

Las barreras no arancelarias que se utilizan en la actualidad para regular las relaciones comerciales con el exterior son: Cuotas de Importación, Restricción voluntaria a la exportación, Concesión automática de licencias, Medidas monetarias y financieras, Requisito de contenido nacional de industrialización del país y las Barreras administrativas.

Importaciones y Exportaciones y su influencia en la Balanza Comercial de un país

Importación es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país, de acuerdo al cumplimiento con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del régimen de Importación al que haya sido declarado. (Servicio Nacional De Aduana del Ecuador, s.f.).

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2012), en su página oficial define a las exportaciones como:

Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero de un país o a una zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente del país exportador.

Las importaciones influyen directamente en la balanza comercial de un país, al igual que las exportaciones que realice el mismo. La balanza comercial se define como el saldo monetario de los bienes exportados, menos los bienes importados. Esta diferencia puede dar origen a una balanza comercial negativa o positiva. Se considera una balanza positiva cuando las exportaciones superan a las importaciones, y negativa cuando se importa más de lo que se exporta.

Lo ideal, es poseer una balanza comercial positiva, es decir que sus exportaciones sean superior a sus importaciones. Si la balanza comercial de un país es negativa, esa diferencia habrá que financiarla con endeudamiento, esto sucede debido a que, para importar se requiere de divisas y las divisas sólo se consiguen exportando o mediante créditos en divisas, que por lo general se consiguen con entidades financieras internacionales.

METODOLOGÍA

El tipo de metodología empleado fue el método descriptivo, debido a que se diagnosticará la implementación de las políticas arancelarias aplicadas a la industria del calzado. La modalidad de investigación que se aplicó, fue una exploración de campo, debido a que se recolectó información en el lugar del objeto y se empleó la

información directamente recogida de las personas y de los datos más relevantes, para su posterior investigación.

Población y Muestra

El Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), en su último Censo Económico con fecha 2010, en la provincia del Guayas, determinó según sus datos, que existen alrededor de 6.991 establecimientos de manufactura, que corresponden entre empresas dedicados a la elaboración textiles e Industrias del calzado.

Al no contar, con una cifra exacta de fabricantes de calzado en la ciudad de Guayaquil, por parte de entidades públicas como INEC y Cámara de Calzado Nacional, se recurrió a la base de datos de la Asociación de Artesanos Profesionales de Calzado, la misma que está ubicada en la calle Ayacucho 913 y 06 de Marzo, en la parte posterior a la Maternidad Enrique Sotomayor, centro sur de la ciudad.

La Asociación de Artesanos Profesionales de Calzado de Guayaquil, según sus datos, con año 2012, determinó que existen alrededor de 120 personas y empresas que se dedican a fabricación de calzados en la ciudad de Guayaquil.

La población al ser finita, es decir, al conocer el total de los fabricantes de calzado de Guayaquil, se aplicó la fórmula de muestreo y su resultado determinó que se debía encuestar a 91 fabricantes de calzado de la ciudad de Guayaquil.

Resultados

Para la correcta validación de la investigación se empleó la técnica de la encuesta, la cual consta de un cuestionario de 10 preguntas (entre abiertas y cerradas) que se aplicaron a 91 fabricantes de calzado en la ciudad de Guayaquil con el fin de conocer, la tendencia de opinión de los encuestados frente a las políticas arancelarias aplicadas al sector del calzado.

Las respuestas, de las encuestas determinaron que, el 38% considera que el gobierno aplicó las restricciones arancelarias para fomentar la industria de calzado nacional; el 67% de los encuestados afirmaron que las políticas arancelarias influyeron en su negocio; el 55% indicó que esta medida les ayudó a aumentar sus ventas en un 0%-25; el 54% de encuestados señalaron que a causa de la restricción arancelaria aumentaron el precio de venta del calzado; el 27% de fabricantes comentaron que una de las ventajas que tuvo su negocio a causa de la política arancelaria fue la disminución del ingreso de calzado extranjero, el 23% indicaron como desventaja de esta restricción arancelaria fue el aumento de calzado de contrabando; el 52% de los fabricantes de calzado señalan que el calzado importado es de superior calidad que el calzado nacional; el 39% de encuestados determinan que las políticas arancelarias colocadas por el gobierno ecuatoriano cumplió su

objetivo de impulsar el crecimiento de la industria de calzado nacional; el 54% de fabricantes de calzado consideran que el calzado ecuatoriano si puede competir con el calzado extranjero; el 64% de productores de calzado señalan que aumento el contrabando de calzado de otros países desde la aplicación de las políticas arancelarias y el 51% indica que de acuerdo a su experiencia la situación del sector del calzado ecuatoriano sigue igual durante los últimos años.

PROPUESTA

La Industria del calzado, ha logrado una evolución en su producción, exportación y creación de plazas de trabajo, en lo últimos años. Esta mejoría es a causa de las políticas arancelarias, colocadas por gobierno ecuatoriano, con el objetivo de fomentar el desarrollo del sector del calzado, con la oportunidad de crecer sin contar con una competencia desleal por parte de las empresas que importaban calzado extranjero de forma masiva y de bajo costo. Sin embargo, estas medidas restrictivas generaron consecuencias, en la Industria del calzado.

Para la aplicación de esta propuesta de mejora del sector del calzado ecuatoriano, se requirió conocer el comportamiento u opiniones de los fabricantes de calzado en la ciudad de Guayaquil. Por tal motivo, la propuesta que se generó de acuerdo a los resultados de las tabulaciones es la siguiente:

Programas de inversión

El productor ecuatoriano requiere de financiamiento de entidades públicas, para lograr equiparse con maquinaria de tecnológica moderna y la emplee en el mejoramiento de sus productos en cuanto a su calidad, diseño y duración. De esta forma, el productor de calzado ecuatoriano, podrá aumentar su volumen de ventas e internacionalizarse, sin estar en desventaja frente al importador de calzado de otro país.

Control Gubernamental

El sector del calzado, presenta otro problema como lo es el incremento de contrabando de calzado extranjero. Las políticas arancelarias, se colocaron con el fin de levantar la Industria del calzado nacional. Sin embargo, esta implementación ha generado consecuencias para los productores nacionales. Uno de ellos es el incremento en la introducción de calzado extranjero. Al traer calzado proveniente de países como Perú, Colombia y China generan una competencia desleal para quienes elaboran calzado ecuatoriano, debido a que, el precio de fabricación del calzado extranjero es de un costo inferior al del productor ecuatoriano.

El gobierno de Ecuador, con el fin de proteger la industria local de la entrada de productos de contrabando, dictaminó desde el año 2013, que el Ministerio de Industrias y Productividad realice inspecciones anuales junto al Servicio de Rentas Internas (SRI) y el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) para que cumplan con los estándares de calidad y pago arancelario. Sin embargo, esta medida no es suficiente de acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas.

Las entidades gubernamentales que ejecutan estas inspecciones de productos de contrabando, deben de realizar visitas periódicas, las cuales pueden ser mensuales, a locales o sectores donde se comercializa mercadería ilícita, con el objetivo de evitar la propagación de personas y lugares que venden calzado de forma ilegal, lo cual afecta al productor de calzado nacional quitándole su oportunidad de crecimiento, a causa de que no puede competir con un calzado de inferior costo y mejor calidad.

Capacitación

La capacitación en el sector del calzado debe ser continua. El fabricante de calzado debe alcanzar un nivel más alto de calificación de su mano de obra, lo cual permita mejorar la calidad y diseño del calzado ecuatoriano. Esta propuesta esta interrelacionada con las dos anteriores debido a que si no se cuenta con maquinarias de alta tecnología, no se podrá ser más competitivo y obtener una ventaja frente al calzado extranjero. Para mejorar las capacidades de este sector productivo, se debe establecer programas de capacitación y formación gratuitos que estén al alcance de todos los que demanden. Estos programas de formación se los pueden realizar con la ayuda del Secap, Ministerio de Industrias y Productividad, cámaras y gremios afines.

Plan de mercadeo

El calzado ecuatoriano podrá ofrecer buenas características, pero no existe la posibilidad de que se venda por sus propios medios sin el uso de métodos de promoción y publicidad. Al momento de la realización de promociones de calzado se debe analizar la competencia y emplear como fortalezas las debilidades que presente.

Para dar a conocer el calzado ecuatoriano, se puede ofrecer publicidad interna para los consumidores ecuatorianos y publicidad externa para otros países. En la publicidad interna, se puede maximizar los métodos ya conocidos como: radio, periódico, televisión, redes sociales, página web, entre otras. Para la publicidad externa es importante la realización de ferias o exposiciones mundiales, con la finalidad de promocionar marcas ecuatorianas y atraer la mayor cantidad de posibles compradores, como ejemplo se tiene a la Cámara Nacional de Calzado (CALTU), la

cual presentó la primera Feria Nacional de Calzado y sus Componentes en Ecuador (FICCE), con el objetivo de conseguir mayor publicidad al calzado ecuatoriano.

Marco de Políticas Arancelarias

El crecimiento de la Industria del calzado, depende de distintos factores como: inversión, productividad, promoción y mano de obra. Sin embargo, un elemento la masiva introducción de calzado proveniente de otro país puede incidir en que esta industria no se desenvuelva como se espera.

Desde el año 2009, el actual gobierno del Ecuador precedido por el Sr. Presidente Econ. Rafael Correa, en búsqueda de restaurar la Industria de calzado ecuatoriano empezó a colocar medidas arancelarias a la importación de calzado de otro país. Como consecuencias de estas salvaguardias, el precio del calzado importado aumentó, lo cual permitió dar mayor apertura al calzado nacional para suplir la demanda naciente, no obstante, la aplicación de estas políticas arancelarias también generó un incremento en el precio del calzado nacional debido a que el calzado nacional no abastecía a la población. Esta consecuencia, quitó la ventaja que debió obtener el calzado ecuatoriano al tener menos competencia, después de la imposición de los aranceles a la importación de calzado.

La Industria de calzado ecuatoriano, podrá mejorar al momento de que se establezcan cupos de importación por periodos de mediano plazo (Ejemplo: 5 años) para proteger de esta forma a la industria nacional. El periodo de mediano plazo se establece debido a que si se aplican en un corto periodo menor a 5 años no existirían empresas que inviertan y produzcan al saber que la medida es de protección temporal. Al quitar los aranceles al calzado extranjero, permitirá que los precios de los importadores y los precios del calzado nacional disminuyan a su vez. El objetivo de este método arancelario es evitar que los mercados internacionales cierren sus puertas a Ecuador, ya que si otros países observan que Ecuador coloca trabas a los importadores, comenzaran a hacerlo de la misma forma, asimismo la meta que se persigue es que el calzado ecuatoriano, obtenga una ventaja en cuanto al precio del calzado extranjero, otorgándole mayor demanda.

CONCLUSIONES

Las políticas arancelarias, desde el periodo 2009-2015, se aplicaron con el fin de equilibrar la balanza comercial y reactivar sectores que habían caído en crisis por la masiva introducción de productos extranjeros, uno de ellos fue el sector del calzado nacional, el cual se restauró desde que el gobierno ecuatoriano aplicará salvaguardias que frenaron la introducción de calzado de otro país.

Para el sector del calzado la imposición de políticas arancelarias, le ha generado notorias consecuencias, tales como: Incremento de contrabando; aumento de precio del calzado; mayor número de ventas en un rango de 0%-25%; disminución de las

importaciones de calzado de otros países; calidad del calzado Nacional es inferior al del calzado extranjero, por esa razón no se puede competir y difusión de opiniones afirman que: “La situación de la Industria del calzado no ha mejorado sino que continúa igual que años anteriores”.

La Industria del calzado, tuvo la oportunidad de desarrollarse gracias a las medidas de restricción que aplicó el gobierno ecuatoriano a las empresas de calzado extranjero, sin embargo, este sector no creció como era lo esperado. La poca inversión por parte de los fabricantes de calzado; falta de capacitación; el contrabando creciente de calzado; falta de plan publicitario, fueron factores claves que incidieron a que este sector no logrará competir con un calzado extranjero de mayor precio y calidad. Si se plantea el poner en marcha una propuesta de mejora con base a los resultados obtenidos de las encuestas, se podría crear un calzado que esté acorde al mercado en cuanto a precio, modelo y calidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aduana del Ecuador. (2012). *Para Exportar*. Recuperado el 29 de Abril del 2016, de http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

Bajo, O. (1991). *Teorías del Comercio Internacional*. Recuperado el 26 de Abril del 2016, de <https://books.google.com.ec/books?id=99HyPYGM5EUC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Ballesteros, A. (2001). *Comercio Exterior: Teoría y Práctica*. Recuperado el 10 de Abril del 2016, de https://books.google.com.ec/books?id=bq4eT49QyHwC&dq=arancel+ballesteros&hl=es&source=gbs_navlinks_s

Caballero, I., y Padín, C. (2006). *Comercio Internacional*. Recuperado el 26 de Abril del 2016, de <https://books.google.com.ec/books?id=FOuCPJbACCYC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Cabello Pérez, M., y Cabello González, J. M. (2013). *Procedimientos Aduaneros I*. Recuperado el 26 de Abril del 2016, de <https://books.google.com.ec/books?id=odfBAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Cantos, M (1998). *Introducción al Comercio Internacional*. Recuperado el 14 de Abril del 2016, de <https://books.google.com.ec/books?id=XUL--tAKYKYC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Instituto de Promoción de exportación e inversión. (s.f.). *Barreras Arancelarias.* Recuperado el 14 de abril del 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>

Laguardia, J (s.f.). *Instrumentos de Política Comercial.* Recuperado el 14 de Abril del 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos97/instrumentos-politica-comercial/instrumentos-politica-comercial.shtml>

Polo García, J.M. (2007) *Comercio Internacional. Teoría y técnicas.* España: Editorial Universidad de Granada. Recuperado el 14 de Abril del 2016.

Salvador, M. (2004). *Comercio Internacional I.* Recuperado el 26 de Abril del 2016, de <https://books.google.com.ec/books?id=YHMWIynwS0cC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

008. LA INVERSION PÚBLICA Y SU INCIDENCIA EN LA GENERACION DE EMPLEO, PERIODO 2007-2015.

Autores:

Fidel Márquez Sánchez, Ph D. (Profesor Titular Principal. Universidad ECOTEC)
Econ. Olinda Cecilia Carriel Fuentes

Resumen:

La aplicación de las políticas económicas, de acuerdo con el corte teórico que tengan como sustento, tendrán una u otra forma de influencia en la problemática del empleo y, por tanto, en la modificación de la estructura del mercado de trabajo. Es decir, que, en conformidad con cada concepción, serán las medidas y la prioridad de las mismas en el diseño de las políticas y, por tanto, la superación en el comportamiento del empleo, el modo de tratar de solucionar los problemas del desempleo.

Con los datos y análisis conceptuales se puede demostrar que las políticas públicas pueden crear condiciones propicias para la inversión productiva que generen el incremento del empleo adecuado. El aumento de la inversión pública implicaría un incremento en la formación de capital productivo, facilitando la generación de empleos adecuados. Pero este modelo funcionara siempre y cuando se cuenten con los recursos necesarios para mantener el Estado como inversionista y empleador de última instancia.

Palabras clave: Empleo, Empleo adecuado, Inversión Pública, Desempleo, Política Económica.

Introducción

Uno de los principales problemas que afronta la economía ecuatoriana es la generación de empleo adecuado y que el modelo de desarrollo planteado por el Gobierno en el periodo de estudio, se basa en la concepción de un Estado inversionista y empleador de última instancia, se propone analizar el impacto que ha tenido la inversión pública en la disminución de los niveles de desempleo y subempleo en el país durante el periodo 2007-2015.

El problema del empleo, desempleo y subempleo puede ser considerado tanto de forma teórica y metodológica, como también constatando de manera empírica la caracterización de la situación del país. Su importancia radica, entre otros aspectos no menos importantes, en que expresa la capacidad del sistema socio-económico para reproducir su principal fuerza productiva, la fuerza de trabajo, al nivel o no que requiere la sociedad contemporánea.

En el 2007 la tasa de empleo adecuado fue del 43.2% alcanzando su pico en el 2014 siendo del 49.3% disminuyendo casi 3 puntos porcentuales en el 2015 ubicándose en el 46.5%. El desempleo abierto ha pasado de un 5% en el 2007 a un 4.8% en el 2015 después de haberse reducido a 3.8% en el 2014. El empleo no adecuado pasó del 50.7% en el 2007 al 46.8 en el 2014 y se incrementó a 48.1% en el 2015. **(INEC, 2016)**.

En cuanto al desempeño de la inversión pública en el periodo que se plantea analizar es necesario destacar que en el 2006 la inversión pública fue de 1.739,4 millones de dólares, lo que representaba el 4,3% del PIB, mientras que en el año 2013 ésta se incrementó hasta 14.8% del PIB, aumentando su peso específico en el PIB en 10.5 puntos porcentuales. En los años 2014 y 2015 se nota una tendencia decreciente tanto en números absolutos como en el peso específico de la inversión pública en el PIB al disminuir a 13.994 millones de dólares, que represento el 13.9% del PIB en el 2014, mientras en el 2015 alcanzó el 10,4% del PIB y solamente 10.345 millones de dólares reflejando una disminución de cerca de 4.000 millones de dólares en la inversión pública. **(Banco Central del Ecuador, 2016)**

Con estos datos y análisis conceptuales se plantea demostrar que las políticas públicas pueden crear condiciones propicias para la inversión productiva que generen el incremento del empleo adecuado. El aumento de la inversión pública implicaría un incremento en la formación de capital productivo, facilitando la generación de empleos adecuados. La inversión pública funciona como estímulo al consumo y a la inversión privada. El incremento del gasto público es una fuente importante de la generación de empleo.

MERCADO LABORAL E INVERSIÓN PÚBLICA

El mercado laboral

El mercado laboral, también llamado mercado de trabajo, está conformado por la oferta de fuerza de trabajo y la demanda constituida por las oportunidades de empleo.

Metodología para la medición del empleo en el Ecuador.

Desde el año 2007 la medición que efectúa el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) de la población en situación de empleo, desempleo y subempleo utiliza una adaptación del marco conceptual dictado en la 13° Conferencia de Estadísticos del Trabajo

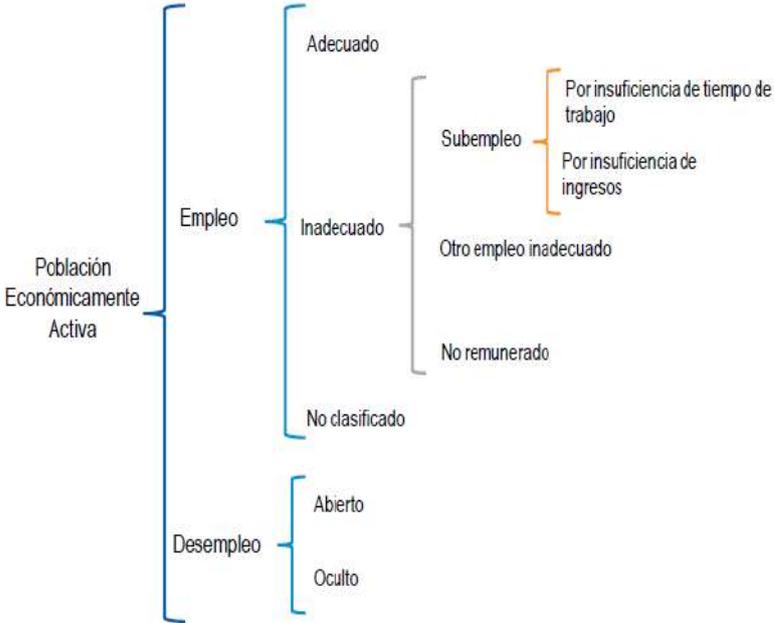
(CIET) del año 1982 y de la 16 Conferencia del año 1998. Las CIET se realizan en el marco de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y se reúnen aproximadamente cada cinco años desde 1923.

En octubre del 2013 en Ginebra, tuvo lugar la última conferencia de estadísticos del trabajo de la Organización Internacional del Trabajo (CIET 19) donde se discutieron y se redefinieron los conceptos principales que rigen los indicadores laborales tales como el trabajo, el empleo, el desempleo y el subempleo.

Las normas internacionales en sus diferentes conferencias (13°, 16° y 19°) constituyen el marco teórico que sustenta la medición y el análisis del mercado laboral ecuatoriano, a través de la Encuesta de Empleo, Subempleo y Desempleo (ENEMDU). Esta es una encuesta por muestreo probabilístico, su propósito principal es la medición y seguimiento del empleo, desempleo y la caracterización del mercado de trabajo, que permite conocer la actividad económica y las fuentes de ingresos de la población. La encuesta trimestral tiene cobertura nacional y regional a nivel urbano y rural. La encuesta semestral además tiene cobertura provincial.

La metodología considera tres variables para mostrar la condición de trabajo son: i) el ingreso laboral, ii) las horas trabajadas, y iii) el deseo y la disponibilidad de trabajar horas adicionales. De estas variables, la fijación de sueldos, salarios y las jornadas mínimas de trabajo son factores controlables desde el punto de vista del hacedor de políticas públicas; mientras que el deseo y la disponibilidad son factores personales y subjetivos (no controlables por el hacedor de política pública).

Nueva clasificación de la PEA en Ecuador



Fuente: INEC 2016

Definiciones relacionadas al empleo según el INEC.

Población en edad de trabajar (PET). - Comprende a todas las personas de 15 años y más.

Población económicamente activa (PEA). - Son todas las personas de 15 años y más que trabajaron al menos una hora en la semana de referencia, o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (personas con empleo), o bien aquellas personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar (desempleados).

Población económicamente inactiva (PEI). – Son todas las personas de 15 años y más, no clasificadas como personas con empleo (ocupadas) o desempleadas (desocupadas) durante la semana de referencia, como rentistas, jubilados, pensionistas, estudiantes, amas de casa, entre otros.

Población con empleo. - Son todas aquellas personas en edad de trabajar que, durante la semana de referencia, se dedicaban a alguna actividad para producir bienes o prestar servicios a cambio de una remuneración o beneficios. Se clasifican en esta categoría: las personas con empleo y «trabajando», es decir, que trabajaron en un puesto de trabajo por lo menos una hora, y las personas con empleo, pero «sin trabajar» debido a una ausencia temporal del puesto de trabajo.

Empleo adecuado. - El empleo adecuado es una condición en la cual las personas satisfacen condiciones laborales mínimas, desde un punto de vista normativo, y lo conforman aquellas personas con empleo que, durante la semana de referencia trabajan igual o más de 40 horas y que, en el mes anterior al levantamiento de la encuesta, percibieron ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, independientemente del deseo y la disponibilidad de trabajar horas adicionales. También forman parte de esta categoría, las personas con empleo que, durante la semana de referencia, trabajan menos de 40 horas a la semana; que en el mes anterior al levantamiento de la encuesta percibieron ingresos laborales mensuales iguales o superiores al salario mínimo, pero no desean trabajar horas adicionales.

Empleo inadecuado. - Lo conforman aquellas personas con empleo que no satisfacen las condiciones mínimas de horas o ingresos, es decir, durante la semana de referencia trabajan menos de 40 horas, y/o en el mes anterior al levantamiento de la encuesta, percibieron ingresos laborales menores al salario mínimo y pueden, o no, desear y estar disponibles para trabajar horas adicionales. Constituyen la sumatoria de las personas en condición de subempleo, otro empleo inadecuado y empleo no remunerado.

Empleo no clasificado. - Son aquellas personas con empleo que no se pueden clasificar como empleados adecuados, inadecuados o empleados no remunerados, por falta de información en los factores determinantes. Se construye como residuo del resto de categorías.

Desempleo. - Personas de 15 años y más que, en el período de referencia, no tuvieron empleo y presentan simultáneamente ciertas características i) No tuvieron empleo la semana pasada y están disponibles para trabajar y ii) buscaron trabajo (o no) o realizaron

gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores. Se distinguen dos tipos de desempleo: abierto y oculto.

Desempleo abierto. - Personas sin empleo en la semana pasada, que buscaron trabajo e hicieron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores a la entrevista.

Desempleo oculto.-Personas sin empleo en la semana pasada, que buscaron trabajo y no hicieron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas por alguna de las siguientes razones: tiene un trabajo esporádico u ocasional; tiene un trabajo para empezar inmediatamente; espera respuesta por una gestión en una empresa o negocio propio; espera respuesta de un empleador o de otras gestiones efectuadas para conseguir empleo; espera cosecha o temporada de trabajo o piensa que no le darán trabajo o se cansó de buscar.

La inversión pública

Los equipos económicos de los gobiernos de los países subdesarrollados generalmente se han visto en la necesidad de realizar ajustes en su política económica y social para enfrentar los retos que les imponen los diferentes escenarios del mercado internacional. Generalmente estos países se caracterizan por tener un serio problema con el desempleo, subempleo y el trabajo informal, lo cual les impone el reto de encontrar medidas activas de generación de empleo para las poblaciones más necesitadas.

Lo anterior nos explica porque muchos hacedores de políticas públicas proponen el uso de tecnologías intensivas en empleo en las inversiones públicas para la construcción y conservación de infraestructura y la ejecución de servicios. Estas inversiones, si están bien diseñadas y enfocadas, pueden crear empleos a corto y también a largo plazo. Los beneficios sociales y económicos de estas inversiones aumentan, si se utilizan materiales y otros insumos producidos localmente, si la inversión se hace en infraestructura clave para el desarrollo productivo y social de la zona y si se garantiza el mantenimiento permanente y preventivo de esta infraestructura. (Cartier, 2003)

En países como el Ecuador las inversiones intensivas en empleo si se planifican y usan adecuadamente pudieran beneficiar en la generación de empleo adecuado, el impulso a las micros y pequeñas empresas de la economía popular y solidaria y a los gobiernos locales. • Los trabajadores se benefician por la generación de empleos y la promoción de buenas condiciones de trabajo, las unidades de la economía popular y solidaria con un mejor acceso a mercados por los incentivos públicos y los gobiernos por la generación de empleos y al alivio de la pobreza, pudiendo brindar infraestructura y servicios de buena calidad a un menor costo y ahorrando recursos.

Cuando las inversiones, generan empleos de corta duración, pueden servir para brindar una inyección de recursos en territorios contraídos económicamente, además crean la infraestructura necesaria para el desarrollo de estas regiones. Los ingresos permiten a las poblaciones beneficiarias hacer inversiones en sus actividades económicas o gastar en consumo, lo que permitiría la generación de condiciones necesarias para el crecimiento de las economías locales y territoriales causando un efecto multiplicador.

Si tradicionalmente el crecimiento económico se considera ligado a fuerzas externas, como los factores demográficos o, en su caso, a la eficiencia de la fuerza de trabajo (pues es ampliamente reconocido que éstos permiten un crecimiento de la productividad y por tanto un incremento de la producción), entonces las únicas políticas macroeconómicas que podrían contribuir eficazmente a un crecimiento económico de largo plazo serían aquellas que podrían incrementar la eficiencia de los factores productivos. Por esta razón, últimamente el diseño de la inversión pública en infraestructura económica y social (aeropuertos, carreteras, puertos, servicios eléctricos, gas, agua, salud y educación, entre otros) de los países con crecimiento, se ha enfocado en generar incrementos tanto en la productividad laboral como en la productividad total de los factores y no únicamente en la creación o mantenimiento de la infraestructura que no genera condiciones para el crecimiento de la productividad. (Hernández Mota, 2010)

El Gobierno, propuso a partir del incremento del gasto público productivo, crear las condiciones necesarias para realizar o emprender proyectos de inversión, que fueran lo suficientemente atractivos para inversionistas internos y/o externos, lo que le permitiría ser autosustentables, generando importantes incrementos de la riqueza neta del país. Por tanto, “en consecuencia, el crecimiento y la inversión dependen no tanto de la capacidad de generar ahorro *ex ante*, sino de que el gobierno y sociedad (el Estado en sí) creen las condiciones propicias para la inversión productiva, lo cual implica que la eficacia de las acciones de la política económica para impulsar el crecimiento económico depende no tanto de su efecto en el ahorro, sino del que tenga sobre la inversión”. (Hernández Mota, 2010)

Un análisis interesante sobre el tema de la inversión y el empleo es el que se presenta en la siguiente cita.

Los formuladores de políticas económicas dan por sentado a menudo que las políticas macroeconómicas son medidas de corto plazo que se ocupan de problemas actuales, principalmente la estabilización y la corrección de desequilibrios agregados y que pueden tratarse de manera separada de las medidas de promoción del crecimiento económico y desarrollo. Sin embargo, las medidas de corto plazo pueden determinar los contornos del crecimiento futuro y afectar las estrategias económicas posibles futuras.

Por ejemplo, una imprudente reducción del gasto público para corregir un déficit fiscal que tenga como resultado una importante reducción de la inversión en infraestructura incide directamente en las perspectivas futuras de crecimiento. Y viceversa, políticas tales como planes de desarrollo o ejercicios de ajuste económico diseñados para el medio o largo plazo repercuten directamente en las condiciones actuales y afectan a los movimientos de corto plazo. Las políticas de liberalización comercial diseñadas para reducir déficit externos acercando los precios domésticos relativos a los precios del comercio mundial, podrían crear incentivos para reducir la inversión e incrementar el consumo, y en consecuencia, crear desequilibrios dentro de la economía, o podrían reducir el ingreso de impuestos al comercio, creando presión sobre el déficit público. (Ghosh, 2007)

Muchos autores consideran que el gasto público es de vital importancia para la estabilidad y el crecimiento de las economías en desarrollo. Pero se tiene que tener claro

que la inversión pública debe tener una orientación correcta para que sus efectos sean los más convenientes para el desarrollo.

Años atrás se solía hacer hincapié en las inversiones públicas con mayores repercusiones de crecimiento, por ejemplo, en infraestructura e industrias de bienes de capital. Ello era debido a la percepción de que la mayor parte de las economías estaban restringidas por cuellos de botella de oferta en sectores importantes, generalmente, infraestructura. Una posición contraria enfatiza actualmente el gasto público en actividades que generen más empleo y demanda, para iniciar procesos macroeconómicos que crearán un aumento del producto a través de las respuestas de la oferta. (Ghosh, 2007)

En la mayor parte de los países en desarrollo, la meta de alcanzar pleno empleo se hace más compleja dado el predominio de dos formas distintas de trabajo excedente en relación con la demanda:

(a) Factores estructurales – tales como capital agregado inadecuado, elección de tecnología, desigualdades de activos y formas institucionales que inhiben una inversión mayor – que llevan a la persistencia de desempleo o subempleo elevado, y

(b) El factor cíclico o factores de corto plazo que llevan a niveles de desempleo que pueden ser corregidos con políticas fiscales y monetarias expansivas. (Ghosh, 2007)

En otras palabras, la orientación, tipo y niveles de eficiencia y eficacia de la inversión pública son importantes para lograr el efecto multiplicador y garantizar el crecimiento a largo plazo que requiere el país.

En resumen, no existe una “receta única” en los planes de inversión pública. Se deben establecer en correspondencia a la situación concreta de cada país y de cada momento histórico. Pero debe estar claro que la inversión pública requiere de un tiempo de maduración al menos de mediano plazo si se quiere que la misma sea efectiva.

CORRELACION ENTRE INVERSIÓN PÚBLICA Y GENERACIÓN DE EMPLEO ADECUADO

Perfil de la Economía Ecuatoriana

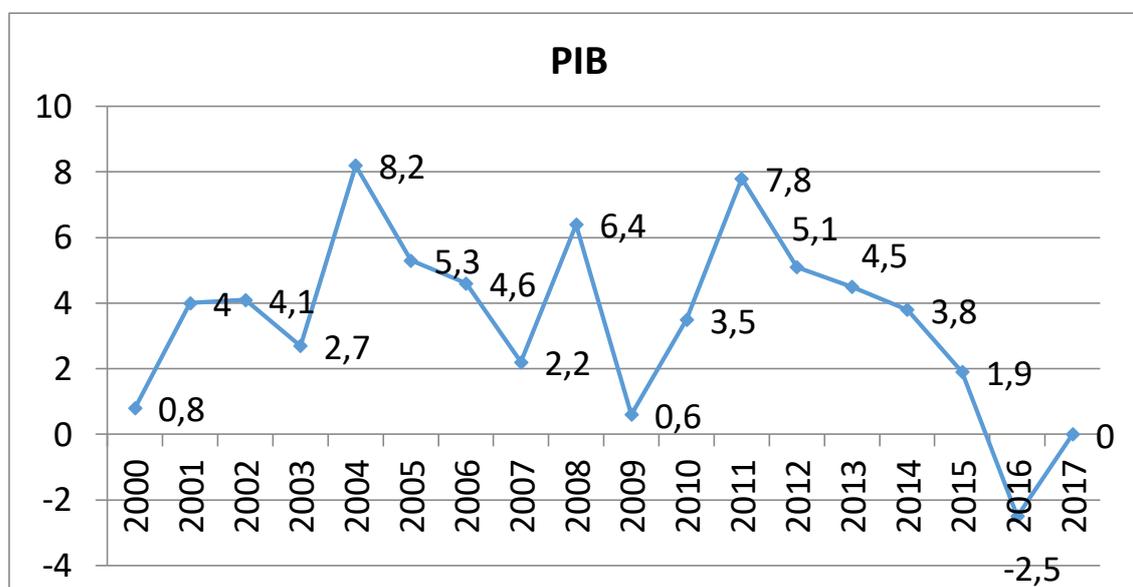
Es necesario hacer un recuento, muy sucinto, para poder comprender y hacer mucho más fácil la interpretación de los acontecimientos actuales y de la historia económica de los últimos quince años del Ecuador, concentrando el análisis en los elementos que realmente aporten a interpretar el comportamiento de los fenómenos económicos.

Para comenzar es necesario recordar que el comienzo del siglo XXI se vio marcado con la implementación de la dolarización en el país, y esta desde lo conceptual, se tiene que ver como un esquema o sistema monetario, no como sistema o modelo económico como algunos pretenden o quisieron verla, equivocadamente, para criticarla reduciendo los sistemas o esquemas económicos solo a su parte monetaria. En segundo lugar, la dolarización no es más que el respaldo que un activo reserva llamado dólar proporciona a la base monetaria.

Pero ¿qué conveniencias se esgrimieron? Se analizó primero en el Foro Económico en los años 1997, 1998 y 1999, y después en los diferentes eventos, que organizaron las cámaras de la producción, fundamentalmente la Cámara de la Pequeña Empresa de Guayaquil, y la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, y el Instituto Ecuatoriano de Economía Política en el mundo académico. Lo cual trascendió después a la discusión pública en los medios de comunicación. (Márquez, 2015)

Se planteaba que había que cuantificar el efecto positivo que esto pudiera traer y por tanto había que ver lo que aportaba el seigniorage con respecto al incremento de la producción, que iba a provocar el cambio del esquema monetario; es decir, que si la pérdida del seigniorage es inferior al crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), que marque la elasticidad de la inversión de un país a la tasa de interés, se considerará conveniente o no que se haga la dolarización; en otras palabras, si se lograba que la economía creciera a una tasa mayor que el seigniorage, que aportaba la emisión que se hacía en el país, es decir, la producción de sucre, se podría entonces decir que valdría la pena; solamente con ese concepto aplicar la dolarización en el país.

Crecimiento Económico.



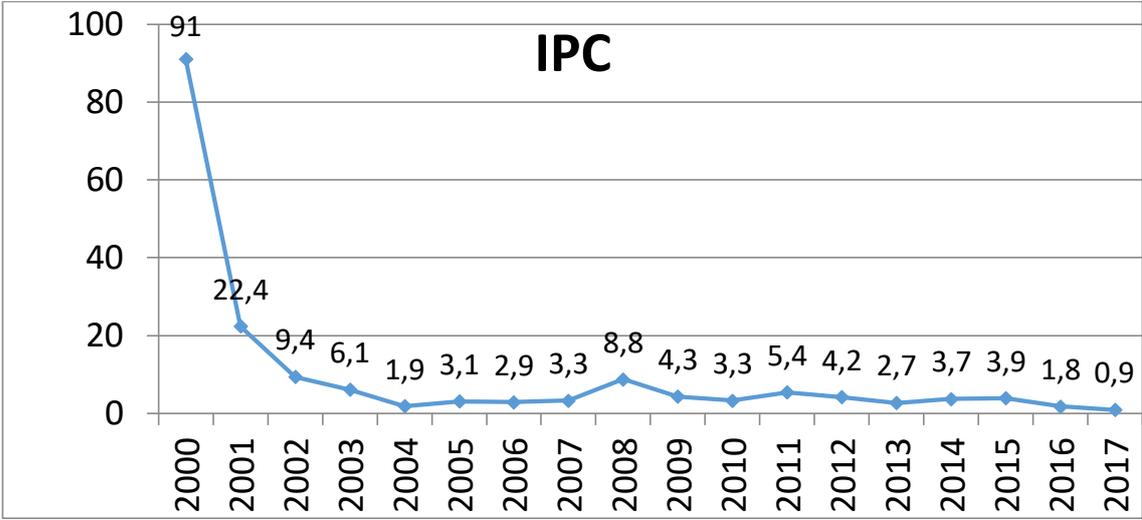
Fuente: Elaborado con Datos BCE

Pero que nos dicen las cifras oficiales, en el año 2000 se creció al 0,8%, el crecimiento más bajo hasta el año 2009 que se redujo al 0,6%, en los primeros 6 años del siglo el crecimiento promedio fue del orden del 4,81%. A partir del año 2007, que empieza el periodo del actual gobierno, se observa que solamente hay un año con una tasa de crecimiento negativa, el 2009 con un decrecimiento del -0,6 y el mayor crecimiento ocurrió en el 2011 con el 7,8%. En la gráfica se observa a partir de ese año una tendencia decreciente que según los organismos internacionales como la CEPAL, FMI, BM u otros organismos internacionales pronostican para este 2016 en un decrecimiento de -2,5%.

Inflación

Otro indicador importante y que es necesario al menos presentar una ilustración de lo ocurrido en los últimos 16 años y sobre todo en los casi 10 años de aplicación del actual modelo de desarrollo económico y social, es el Índice de Precios al Consumidor (IPC) que

de 91% en el 2000, para el 2002 reflejo cifras de un dígito con 9,4 y en el periodo del 2007 al 2015 solo en el 2008 podemos observar una cifra cercana al 9%, el resto de los años no sobrepasa los 4,5% como se aprecia en el gráfico.

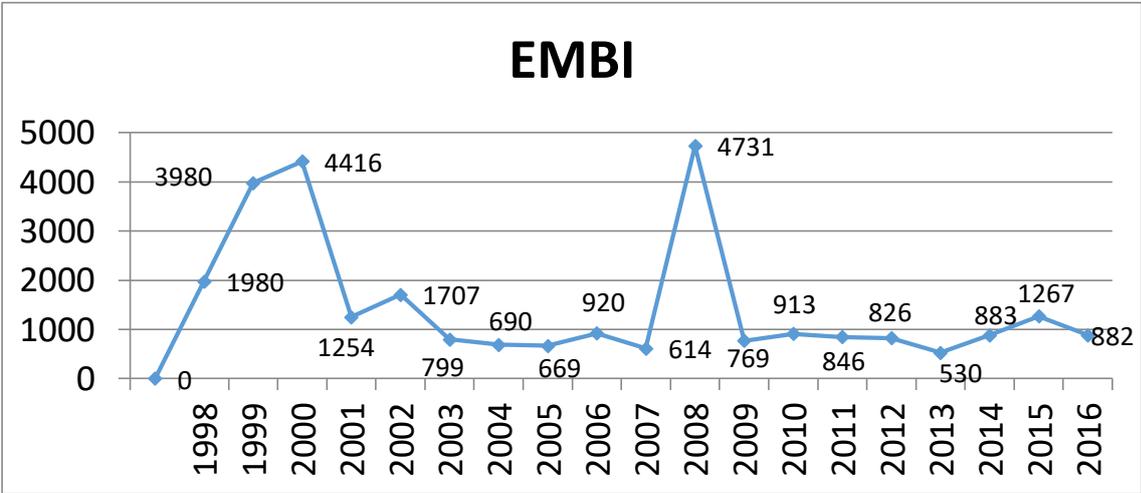


Fuente: Elaborado con Datos BCE

Riesgo Soberano

Un indicador que es importante para el análisis es el riesgo soberano que generalmente se mide a partir de Índice de los Bonos de los Mercado Emergentes (EMBI) por sus siglas en Ingles.

Y ¿para qué se utiliza ese riesgo soberano? Para determinar la tasa de interés que debe tener los papeles de Deuda de un determinado estado. El bono tendría un interés que sería el resultado de la suma de la tasa de interés de la Reserva de los Estados Unidos y los puntos del EMBI. Si un país tiene 1000 puntos de riesgo país, significa que va a tener que sumarle 10 puntos a la tasa de la FED, si esta fuera de 1,5, el Bono de Deuda tendría una tasa de interés del 11,5%.



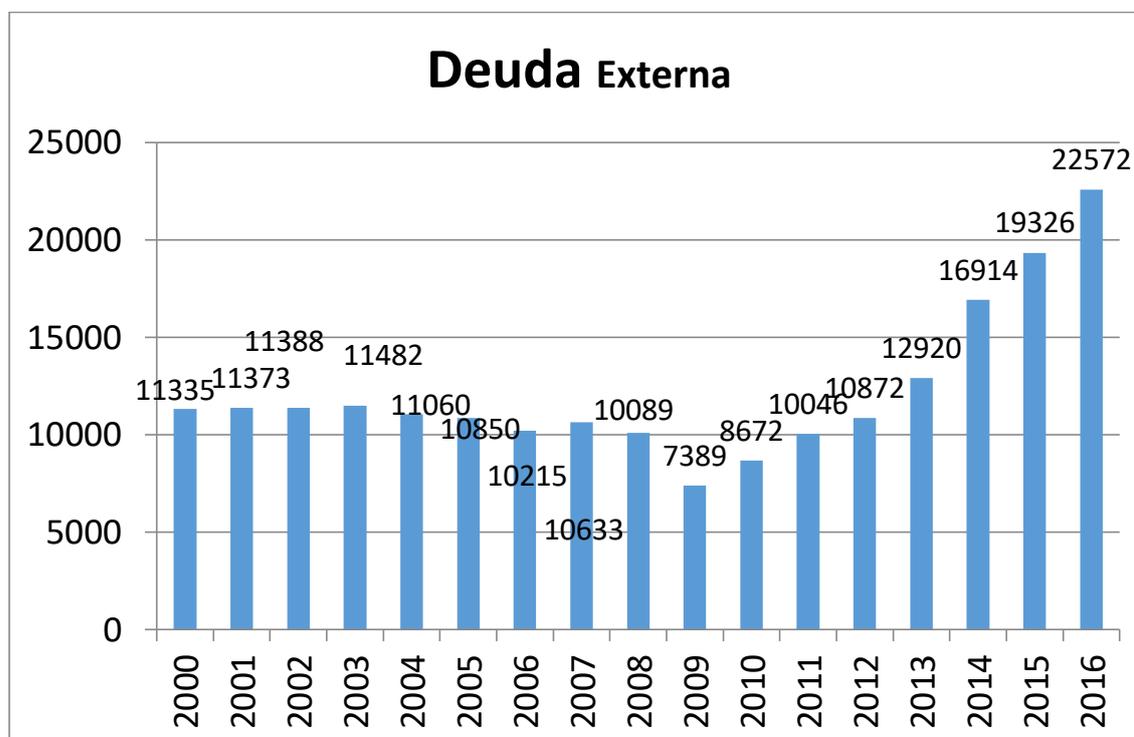
Fuente: Elaborado por el Autor con datos de JP Morgan (Morgan, JP;, 2016)

Deuda Externa Pública.

Como se puede observar en el gráfico en el año 2009 se da una reducción de cerca del 30% de la Deuda externa pública. El presidente Economista Rafael Correa, tomó una decisión crucial sobre el manejo de la deuda externa soberana de 9,936.7 millones de dólares, que representa el 18.9% del Producto Interno Bruto del país, unos 52,572.486 millones de USD según estimaciones del Banco Central Ecuatoriano para el año 2008. En momentos en que la crisis mundial afecta a la economía del país y los menores ingresos petroleros presionan al gobierno por la posible falta de recursos financieros.

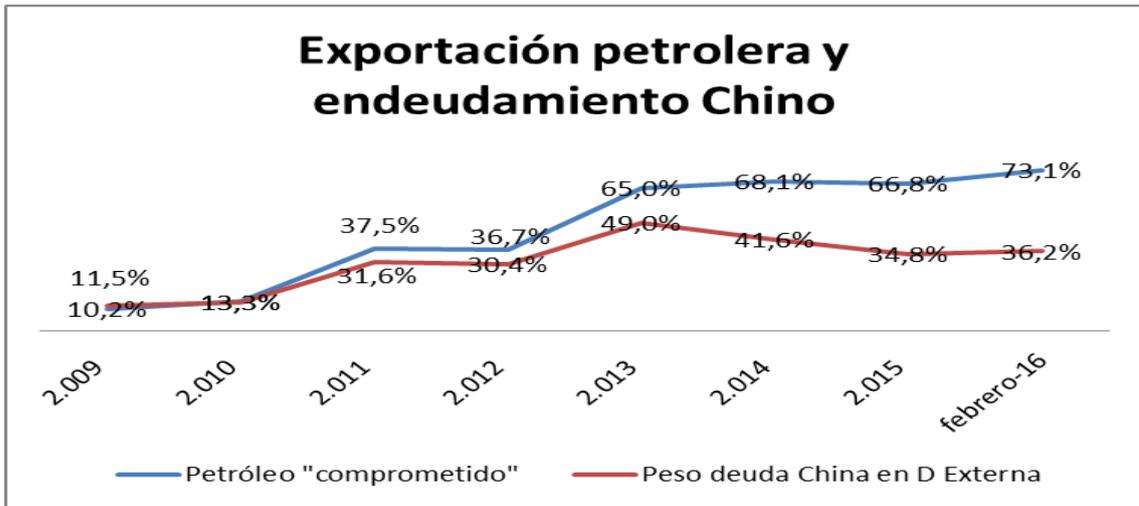
El país se acogió a una moratoria técnica, el lunes 15 de diciembre, de un cupón de sus bonos Global 2015 por 30.9 millones de dólares, después de anunciar la semana anterior la moratoria al no honrar el pago de 30.4 millones de dólares en el tramo de sus bonos Global 2012. Pero esa disminución de la deuda ya para el 2011 se había desaparecido y en el 2016 ya se tiene el doble de la Deuda anterior a la restructuración, actualmente la deuda es superior a los 22 mil millones de dólares.

Una característica importante que se debe resaltar es que cerca del 80% de la deuda externa pública ecuatoriana en el año 2008 era con los Organismos Multilaterales, o con Bancos comerciales y colocados a mediano o largo plazo, mientras que la Deuda de actual es fundamentalmente a corto plazo y altas tasas de intereses.



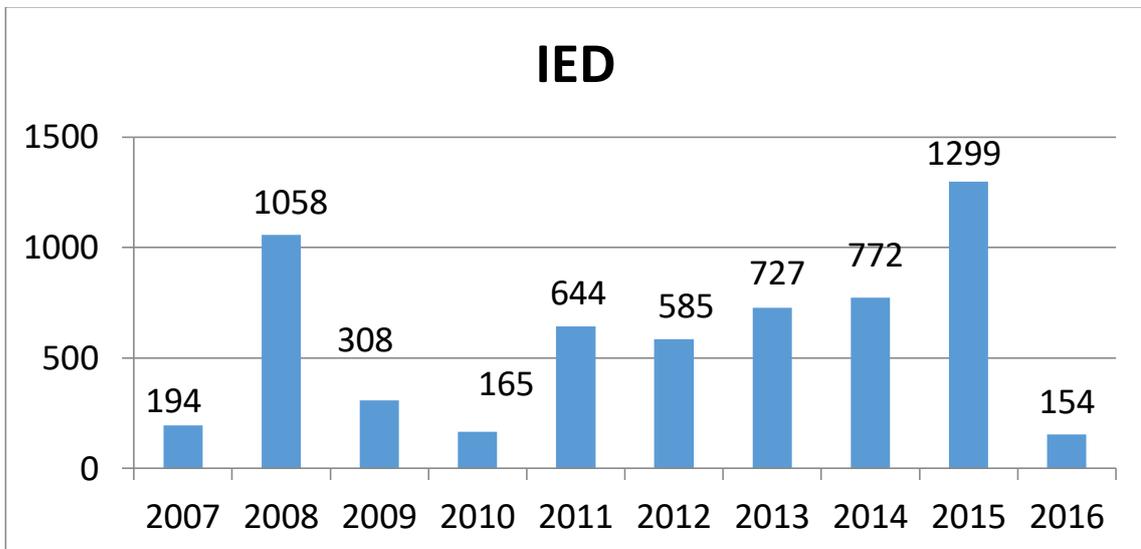
Fuente: Elaborado con Datos BCE

En este proceso es de destacar las relaciones que se tiene con China, lo cual se refleja en que en la actualidad el 36,2% de la Deuda pública externa es con China y está comprometido el 73,1% de las ventas petroleras, es decir que por cada dólar que se exporte solo quedara para poder invertir solo 26,9 centavos.



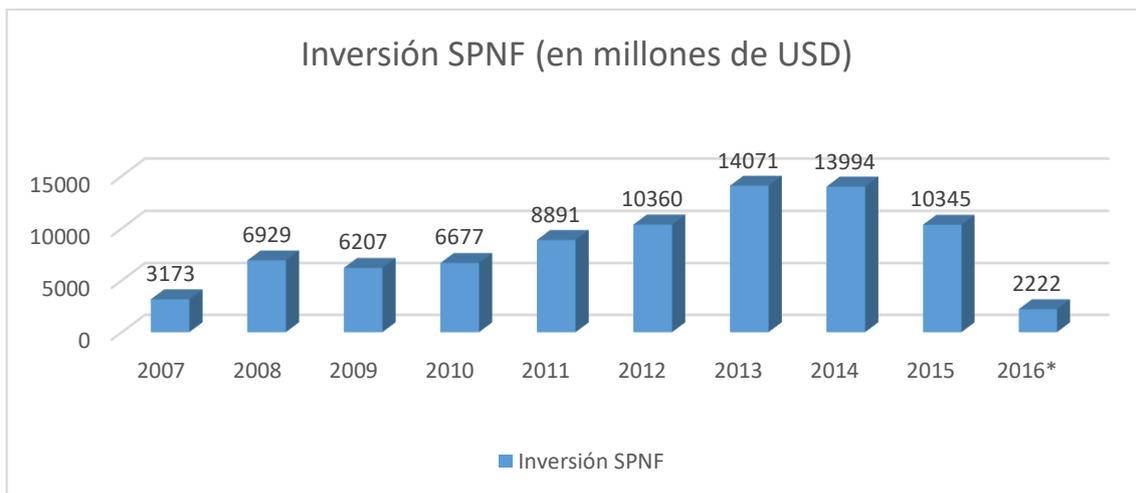
Fuente: Elaborado con Datos BCE

Inversión Extranjera Directa (IED)



Fuente: Elaborado con Datos BCE

Como se puede observar en el gráfico la inversión extranjera directa alcanzó en el 2015 el máximo nivel durante todo el periodo del gobierno actual, lo que demuestra que no era una prioridad del gobierno si lo comparamos con los niveles de inversión del sector público no financiero, lo cual se puede apreciar en el siguiente gráfico.



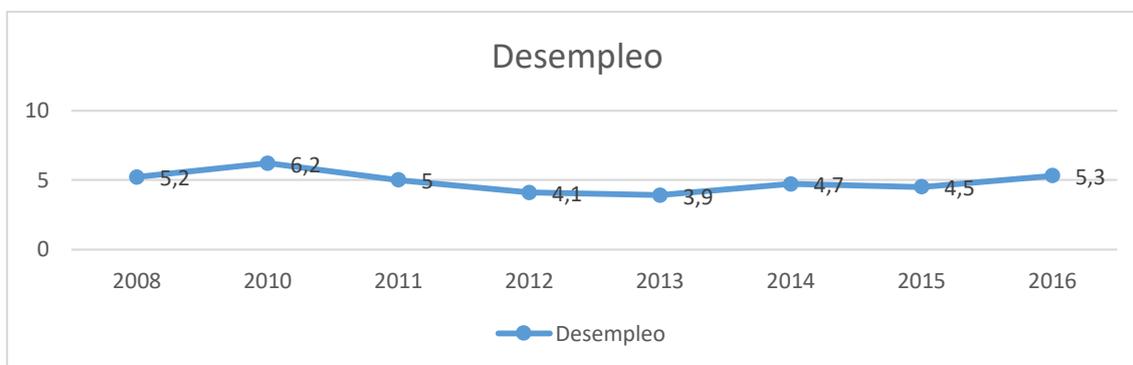
Fuente: Información Estadística Mensual-IEM-BCE, * cifras provisionales de enero-marzo 2016.

Si se analizan los porcentajes que representan cada uno de estos indicadores la Inversión pública supero el 10% del PIB en casi todos los años excepto el 2009 y 2010, mientras que la IED se mantuvo en niveles inferiores al 1% en todos los años.

El Mercado Laboral en Cifras.

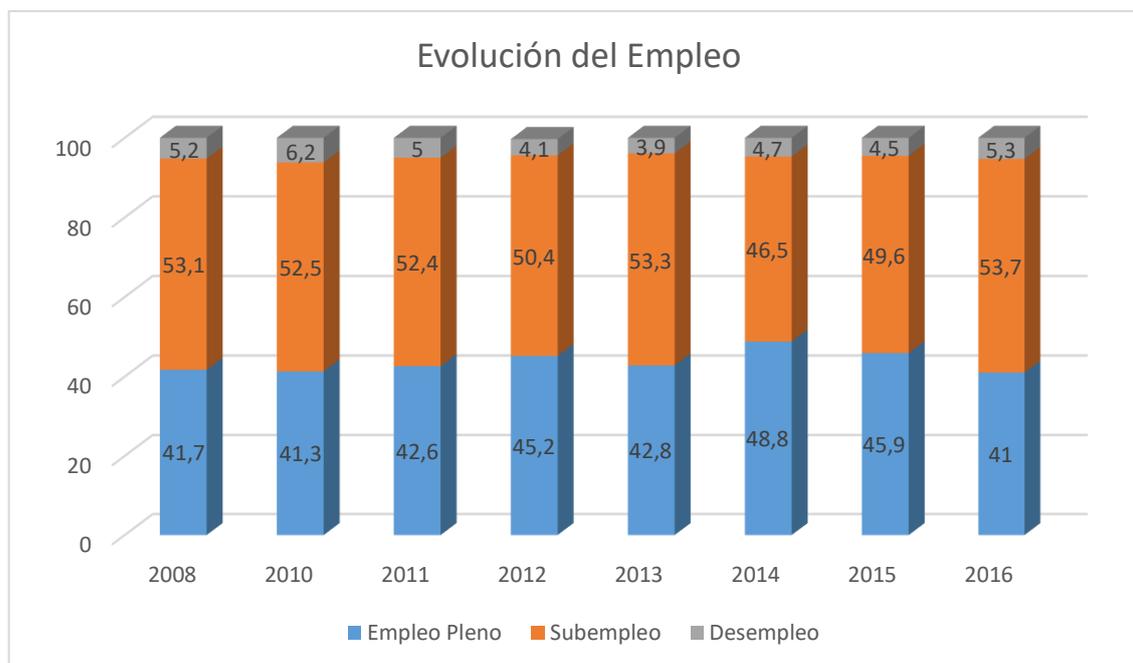
Para hacer un análisis adecuado del Mercado Laboral de cualquier país se hace necesario conocer el comportamiento poblacional en sus principales macro componentes.

En este sentido es importante destacar que la Población en Edad de Trabajar (PET) en los años de gobierno del actual Presidente ha crecido en un 19%, es decir que cerca de 2 millones de ecuatorianos tienen edad para trabajar, mientras que la Tasa de Empleo Bruto decreció en 1.4% al pasar de 65.6% en junio del 2008 a 64.2% en junio del 2016. Mientas que la Tasa de Desempleo después de tener una tendencia decreciente desde el 2010 hasta el 2014 al bajar de 6.2% a 3.9%, en el 2015 subió al 4.5 y este 2016 registra un 5.3% de acuerdo a la encuesta del mes de junio del INEC. (INEC, 2016)



Fuente: Elaborado Datos del INEC 2016

La tasa de empleo adecuado después de mejorar en 7 puntos porcentuales al pasar de 41,7% en el 2008 en el 2014 este registro un 48,8%, pero en el 2015 descendió 2,9 puntos al situarse en 45,9%, manteniendo esa tendencia en la actualidad al registrar un 41% en junio de este año.



Fuente: Elaborado Datos del INEC 2016

Conclusiones y Recomendaciones

Como se puede apreciar en los años que la inversión pública registro crecimientos importantes se nota una mejoría de los indicadores de empleo en el país. Con estos datos y análisis conceptuales se puede demostrar que las políticas públicas pueden crear condiciones propicias para la inversión productiva que generen el incremento del empleo adecuado. El aumento de la inversión pública implicaría un incremento en la formación de capital productivo, facilitando la generación de empleos adecuados. La inversión pública funciona como estímulo al consumo y a la inversión privada. El incremento del gasto público es una fuente importante de la generación de empleo, pero al responder las siguientes preguntas:

¿La política de inversión pública fue suficiente para resolver la problemática de la generación de empleo adecuado en el Ecuador en el período 2007-2015? ¿Han disminuido los niveles de desempleo y subempleo?

Los principales instrumentos y herramientas utilizados en la política de inversión pública, durante el periodo analizado, son insuficientes para generar una solución definitiva a la problemática principal del mercado laboral ecuatoriano, la generación del empleo adecuado. Por tanto, es necesaria la aplicación de políticas de empleo donde el gobierno deje de ser el inversionista y empleador de última instancia. Entre las posibles medidas que se pudieran implementar en el corto y mediano plazo están:

- Incentivos fiscales que contribuyan a la reactivación de la generación de empleo en el sector privado, bajo el principio de premiar a los pioneros.

- Mejores e inteligentes relaciones laborales entre trabajadores y empleadores que promuevan el mejoramiento de la productividad con auspicio de políticas e incentivos tributarios que hagan atractiva la inversión en capacitación a los trabajadores, así como la incorporación de avances tecnológicos que promuevan la producción, para poder crecer, para generar más empleos, para poder pagar mejores salarios.

- Promover la reconversión laboral y crear un sistema nacional de colocación de empleados desplazados por los procesos de ajustes necesarios en el sector público.

Lo anterior solo será posible con una verdadera economía mixta, donde el sector privado desempeñe el papel que le corresponda en la generación de empleo y pueda sustituir al Estado como empleador e inversionista de última instancia, lo cual no significa que el Estado deje de invertir o generar empleo.

Referencias

Hernández Mota, J. L. (2010). Inversión pública y crecimiento económico: la función del gobierno. *Nueva Época*, 61.

Banco Central del Ecuador. (1 de Septiembre de 2016). www.bce.fin.ec. Obtenido de www.bce.fin.ec.

Cartier, S. (2003). *PROGRAMA DE INVERSIONES INTENSIVAS EN EMPLEO*. Lima: OIT.

Ghosh, J. (2007). *MACROECONOMÍA Y POLÍTICAS DE CRECIMIENTO*. New York: Naciones Unidas DAES.

INEC. (29 de Agosto de 2016). www.ecuadorencifras.gob.ec. Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec.

INEC. (31 de Agosto de 2016). www.ecuadorencifras.gob.ec. Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec.

Márquez, F. (2015). Dolarización y riesgo país: 15 años. *Dolarización, 15 Años Después: Una Visión Integral* (págs. 175-188). Samborondón: Universidad Espíritu Santo.

Morgan, JP;. (30 de agosto de 2016). <http://www.ambito.com/economia/mercados/riesgo-pais/info/?id=5>. Obtenido de <http://www.ambito.com/economia/mercados/riesgo-pais/info/?id=5>: <http://www.ambito.com>

009. LA INDUSTRIA DEL PLÁSTICO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Y SU DEPENDENCIA DE LA MATERIA PRIMA IMPORTADA. 2014-2015.

Autores:

Ing. Erika De Mori Gavilánez,
Graduada ECOTEC

Ing. Mónica Larrea Paredes, Mgs.
mlarrea@ecotec.edu.ec, docente Universidad ECOTEC

RESUMEN

La participación del sector de los plásticos en los últimos años en el Producto Interno Bruto (PIB) ha ido bajando de manera notoria, la falta de variedad de materia prima limita un producto de calidad tanto de manera nacional como para las exportaciones, haciendo que los mercados meta no se interesen en nuestros artículos, en tanto que el nivel de importaciones de materia prima ha ido en incremento, con excepción del año 2015 que registró una baja, debido principalmente a que muchas empresas no deseen invertir por las medidas tomadas, bajando el nivel de importación de estas para el sector, repercutiendo en falta de variedad de materia prima plástica y de maquinaria de tecnología de punta en el país, que ha dificultado los procesos de fabricación de artículos, haciendo que el consumidor prefiera productos importados.

Palabras clave: plásticos, materia prima, tecnología industrial

ABSTRACT

The plastics industry participation in recent years in the Gross Domestic Product (GDP) has been declining markedly, the lack of variety of raw materials limited a quality product both domestically way for exports, making the target markets are not interested in our items, while the level of imports of raw materials has been increasing, with the exception of 2015 which saw a low, mainly because many companies may not want to invest for the measures taken, lowering the level of imports of these for the sector, affecting lack of variety of plastic raw material and machinery technology in the country, which has hindered the processes for manufacturing, making consumers prefer imported products.

INTRODUCCIÓN

Desde sus inicios el hombre ha tratado de sustituir lo natural por lo artificial, desde que el plástico se creó hace más de 150 años.

Se tiene como referencia que en Egipto, Babilonia, la India, Grecia y China, ya se utilizaban resinas naturales con las que podía fabricar productos útiles, como el ámbar que era extraído de ciertos árboles; el hule o el caucho ya se usaba antes de la llegada de Cristóbal Colón a América. (IMPI, 1997, pág. 1)

La industria plástica en el Ecuador nace como respuesta de la necesidad del consumidor, que por muchos años ha crecido y tomado fuerza en el medio industrial, ya que provee a casi todos los sectores industriales, existen alrededor de 500 empresas en el país (ProEcuador, 2016), mismas que generan empleo de manera directa e indirecta.

El plástico es uno de los materiales más utilizados a nivel mundial, este se lo ve a diario en platos, vasos, fundas, tuberías, carrocería, artículos de protección personal, hogar, artículos de cuidado personal y más.

En la ciudad de Guayaquil es donde la Industria plástica está más arraigada, durante los últimos años esta ha jugado un papel importante en el camino a la industrialización del país, aplica procesos de moldeo por inyección, soplado, extrusión, termo-formado y expandido, sin embargo no existen empresas productoras de materia prima para el sector, por lo tanto depende totalmente de las importaciones lo que dificulta su desarrollo por la volatilidad de los precios que se dan a nivel internacional.

Esto obliga a las empresas con mantener stock de materias primas en una cantidad razonablemente grande, pero al ser la mayoría pequeñas no pueden mantener estos niveles lo que genera aún más dependencia de sus proveedores, que hacen la labor de importadores y que no todos están abastecidos con gran variedad de resinas plásticas, limitando la variedad al inventario establecido por éstos.

Por tanto es importante determinar las necesidades la industria plástica y la dependencia de las materias primas, a partir de la identificación de los principales procesos productivos para establecer los requerimientos de materias primas, y llegar a determinar estrategias que permitan cubrir las necesidades de las empresas fabricantes de artículos de plásticos en el mercado local.

Las materias primas fundamentales en los procesos industriales del sector de los plásticos son: el cloruro de polivinilo (PVC), poliestireno expandido (EPS), politetrafluoretileno (PTFE), metacrilato de metilo polimerizado (Plexiglás), polipropileno (PP), tereftalato de polietileno (PET), estireno acrílico nitrilo (SAN), acrílico butírico estireno (ABS), y de manera indispensable el polietileno (PE), que se usa para la fabricación de fundas, tapas, juguetería y artículos de hogar.

Las importaciones provienen principalmente de Estados Unidos, China, Japón, Alemania, Suiza países donde la industria petroquímica maneja procesos eficientes para el aprovechamiento y producción de las materias primas requeridas por la industria plástica a nivel mundial.

El gobierno a partir de programas de incentivo industrial, busca diversificar las industrias, en 9 sectores considerados estratégicos, línea blanca, plásticos, fármacos, agroquímicos y equipos, válvulas, cables, transformadores, tuberías, (EL TELÉGRAFO, 2015).

En el año 2015 se establece la Resolución No. 011-2015 del Comité de Comercio Exterior (COMEX, 2015), salvaguardias Arancelarias por Balanza de pagos, afectando la importación de productos con sobretasas para 2955 subpartidas, de las cuales 40 son de la industria plástica, entre semielaborados, elaborados, destinados a la construcción y hogar. Esta resolución genera un incentivo para que la industria nacional pueda reemplazar los artículos importados por unos de igual o mejor calidad y así poder competir con altos estándares, tanto internamente como en el exterior, sin embargo, la variedad de resina y materia prima es muy poca, dificultando los procesos de elaboración para la sustitución de artículos importados.

Desarrollo

La investigación se centró en el uso de métodos para profundizar el estudio y análisis de las necesidades de la industria plástica en sus procesos de producción enfocados en la importación de materia prima.

Por tanto se explica la evolución de la industria plástica, sus procesos, mediante una cronología de los hechos, usándolo como base principal del objeto de estudio de la investigación.

La industria plástica en el Ecuador es muy diversificada, va desde productos del hogar hasta lo industrial, ProEcuador indica que esta genera un total de 15,000 empleos; en los últimos años esta industria ha crecido y se ha ido dividiendo por ramas, 62% empaques y envases, 18% tuberías, accesorios para la construcción y demás productos plásticos, 16% material reciclado, 4% elaborar caucho. (ProEcuador, 2014)

Estas industrias a la par que ha ido creciendo con lleva a ir de la mano con normas de calidad y seguridad, ProEcuador indica que estas 4 son las más importante habiendo más dependiendo de la industria, en este caso en el sector de los plásticos, así puedan brindar un mejor producto con una mayor calidad, estas 4 son las más importantes, Buenas Prácticas de Manufactura, Sistema de la Gestión de Calidad ISO 9001, Sistema de Gestión Ambiental T.S.Z.A Norma ISO 14001, Certificación OHSAS 100811. (ProEcuador, 2015) (Ilustración 14)

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) utiliza el sistema de clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), dentro de esta clasificación la industria plástica se encuentra - D la Industria Manufacturera,- D25 Fabricación de Productos Plásticos y Cauchos, -D252 Fabricación de productos Plásticos.

El INEC, mediante los índices mensuales de volumen físico de la producción industrial, según actividades económicas (IVI-CIIU3), en este caso del sector de los

plásticos su clasificación es D252 Fabricación de productos Plásticos, esta se mide por medio de la producción de bienes manufacturados en el país en dicho sector, en el año 2012 tuvo su punto más alto en la industria en el mes de Octubre siendo este un índice de 255,18; en el año 2013 este índice se mantuvo estable teniendo su alta entre los meses de septiembre a Diciembre, siendo Octubre el ms alto con un índice de 267,69; para el año 2014 lo meses de Enero con un índice de 271,21 y Octubre 284,76 fueron altos. (INEC, 2014) (Ilustración 1)

Las Industrias se clasifican en tres tipos según su tamaño, industria grande con 1000 empleados en adelante, industria mediana entre 50 a 100 empleados, pequeña industria menos de 50 trabajadores. (SUPERCIAS, 2016)

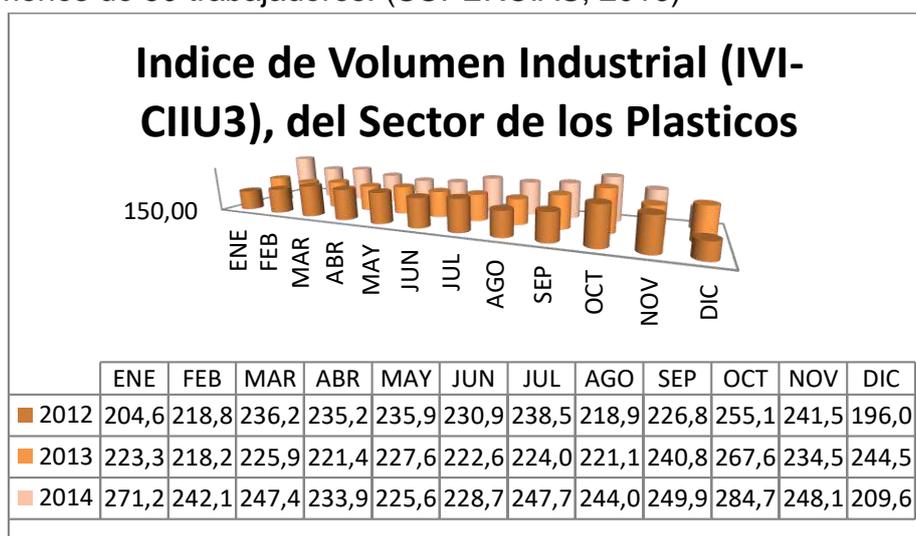


Ilustración 1 Índices mensuales de volúmenes físicos de la producción industrial, según actividades (IVI-CIIU3), clasificación D252 fabricación de productos plásticos.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2014)

Elaborado por: autora

Fuente virtual: www.ecuadorencifras.gob.ec

La población analizada está formada por el número de industrias del sector del plástico, estas según el Instituto de Promociones de Exportación e Inversión (ProEcuador, 2016), está formada por 500 industrias que están dedicado a la fabricación de artículos plásticos de uso masivo en todo el país, en el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2015), estas se encuentran en la clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU) dentro de la sección D, la Industria Manufacturera,- D25 Fabricación de Productos Plásticos y Cauchos, -D252 Fabricación de productos plásticos, ya que esto ayudará en la investigación para poder definir la muestra a analizar.

Se seleccionó a empresarios de la industria del sector con amplia experiencia y conocimiento sobre este tema, y más de 30 años de trayectoria en el medio trabajando, sirviendo esta como referencia para el presente trabajo, así se entrevistó

al Ing. Francisco De Mori Rodas, Ing. Alfredo García, Sr. Hugo García e Ing. Alfredo Hoyos.

La entrevista se orientó a identificar las fuentes de provisión de materias primas, ya sean locales o internacionales, así como las principales dificultades, manejo de inventarios, la calidad de producto, características de la maquinaria

La industria plástica en Ecuador nace en el año 1931 como respuesta a las necesidades del consumidor; con un grupo pequeño de industriales en el sector de los plásticos, estos tenían de respaldo a la cámara de Industrias, lo que ayudo a su crecimiento montando fábricas para la generación de artículos plásticos. (CIG, 2013, pág. 20)

En el país la industria del plástico ha ido innovando y cambiando, según los avances tecnológicos que se han ido desarrollando en el medio, uno de los mayores logros de esto fue el PET, (Tereftalato de Polietileno, en la actualidad es uno de los plásticos de última generación que ha venido a resolver el gran problema de los envases descartables reduciendo el costo de una manera muy sustancial por su velocidad de producción.

En la industria del plástico se utiliza muchos tipos de resinas, las cuales varían de acuerdo a la línea de producción y el proceso, mediante la entrevista realizada al Sr. De Mori e investigación propia, se puede determinar la siguiente clasificación de las materias primas más utilizadas y habiendo unas de poca rotación. (Tabla 1)

Tabla 1 clasificación de los productos por materia prima

	Industrial	Agrícola	Hogar	Médico	Cosméticos	Alimentos
Tereftalato de Polietileno (PET)	X	X	X	X	X	X
Acrilo-Butilo-Stireno(ABS)	X	X	X	X		
Polietileno	X	X	X	X	X	X
Stireno-Acrilo-Nitrilo (SAN)	X	X	X	X		
Polipropileno	X	X	X	X		X
Poliestireno-Cristal	X	X	X	X	X	
Poliestireno- /Alto Impacto	X	X				
Policarbonato			X			
Nylon		X				
Nylon con fibra de vidrio	X					
Cloruro de polivinilo (PVC)	X					

Fuente: Asesoramiento, Técnico en matriceria y producciones de artículos plásticos, Francisco Antonio De Mori Rodas.

Elaborado por: Autora

El Ecuador existen empresas plásticas, que están en capacidad de exportar sus artículos, por su capacidad de producción y calidad certificada, mismas que están posesionadas en distintos sectores de la industria que va desde productos para el hogar hasta industriales.

El Instituto de Promoción de Exportación e Inversión – (ProEcuador, 2015), indico que el Ecuador entre el año 2010 al 2013, el sector de los plásticos, las exportaciones crecieron debido a que lograron diversificar sus exportaciones a Estados Unidos y Países de Latino América, (ilustración 6)

Para el 2014 esta industria tuvo un crecimiento Per Cápita el mayor de los últimos 5 años con un aporte de USD100 millones de dólares, los datos presentados por el Banco Central del Ecuador (BCE, 2015), indica que esto influyo en la participación del PIB de ese año con un 1.8% en el sector Manufacturero de Cuero, Plástico y Caucho con una exportación total en el sector de 66 mil toneladas métricas (TM), para el sector de los plásticos.

Las exportaciones del 2015 decrecieron, el Instituto de Promoción de Exportación e Inversión – (ProEcuador, 2015), en sus reportes mostraron que el PIB per Cápita fue de USD. 63 millones de dólares en los primeros 8 meses del año, en los reporte anuales del Banco Central del Ecuador (BCE), la evolución de la balanza indicaron que el sector manufacturero del Cuero, Plástico y Caucho apporto en su totalidad FOB USD. 172,1 millones de dólares, con un aporte del 1.5% al PIB, teniendo una variación negativa en su valor FOB de con 21,8% con respecto al año anterior siendo este el más bajo de los últimos 5 años (BCE, 2015), lo cual no ha sido suficiente para el crecimiento del país, este sector en el 2015 represento el 1,20% de las exportaciones totales.

El Instituto de Promoción de Exportación e Inversión – (ProEcuador, 2015) indico que los principales productos que se exporta son, en su totalidad productos terminados como, sacos (bolsas), artículos para el hogar, preformas, todo esto generando un ingreso al país en los primeros 8 meses de FOB USD. 102,127 millones de dólares. (Tabla 3)

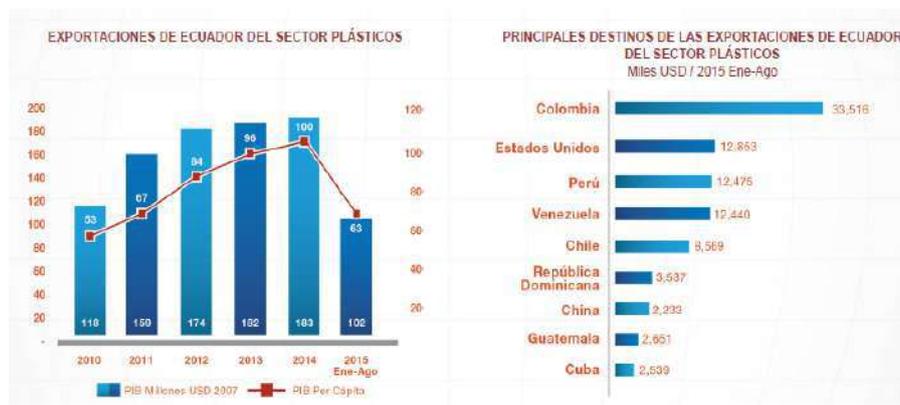


Ilustración 6 Exportaciones del sector plástico en el Ecuador.

Elaborado por: Instituto de Promoción de Exportación e Inversión – (ProEcuador, 2015)

Fuente virtual: <http://www.proecuador.gob.ec>

Tabla 3 Tendencia de las principales productos que exporta el Ecuador en el sector de los plásticos

Partida Arancelaria	Descripción
3920.10.00	Las demás placas, láminas de polímeros de propileno
6305.33.20	Sacos (bolsas) y Talegas para envasar de polipropileno
3915.90.00	Desechos, desperdicios y recortes de los demás plásticos
3920.20.10	las demás placas, láminas de polipropileno metalizado
3923.30.20	preformas
3924.10.90	Las demás vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina de plástico
3923.21.00	Sacos(bolsas), bolsitos y cucuruchos de polímeros de etileno
3920.10.00	Las demás placas, láminas de polímeros de etileno
3904.22.00	Los demás poli(cloruro de vinilo) plastificados

Partida arancelaria	Valor USD. FOB				
	2011	2012	2013	2014	2015
3920.10.00	3,028.52	4,997.86	2,348.42	3,719.64	7,409.47
6305.33.20	31,329.49	26,665.04	22,760.02	21,253.45	20,351.59
3915.90.00	12,423.31	17,301.20	18,517.04	13,576.22	12,764.24
3920.20.10	19,351.04	23,666.97	26,257.09	22,244.20	13,979.79
3923.30.20	5,020.06	13,348.01	14,258.15	14,181.62	9,742.86
3924.10.90	9,527.09	6,954.88	7,818.21	8,270.11	6,461.50
3923.21.00	6,612.24	5,125.45	5,643.53	6,379.65	5,606.89
3920.10.00	3,028.52	4,997.86	2,348.42	3,719.64	7,409.47
3904.22.00	3,855.81	5,356.83	6,384.63	5,128.97	5,245.57

Fuente: Instituto de Promoción de Exportación e Inversión – (ProEcuador, 2015), Banco Central del Ecuador (BCE, 2016), Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (SENAE)

Elaborado por: autora

Fuente virtual: <http://www.proecuador.gob.ec>

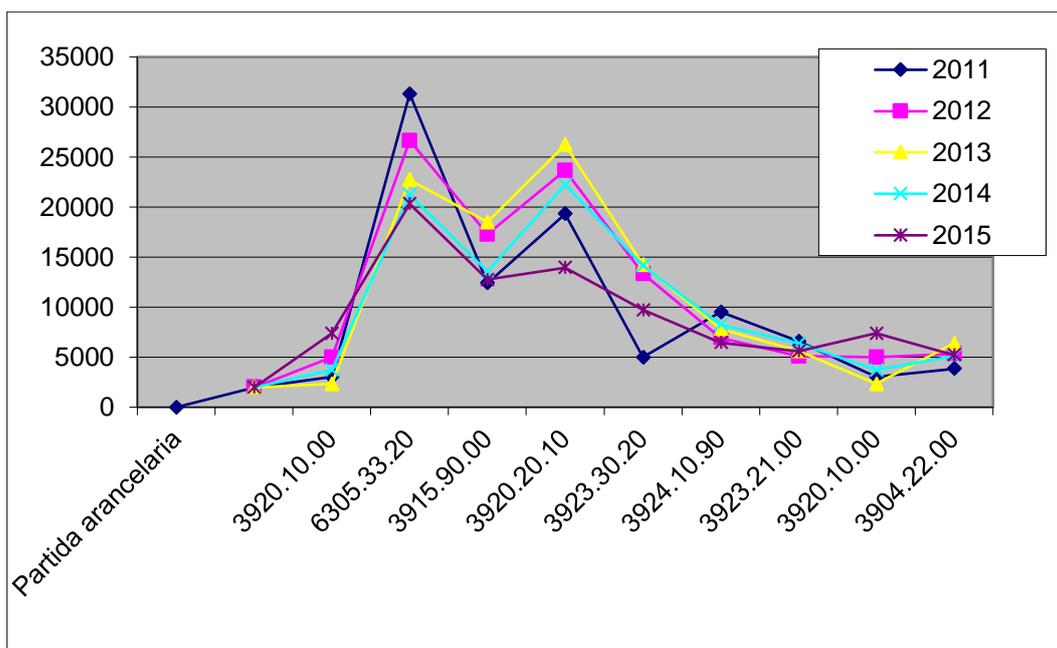


Ilustración 7 Tendencia de los principales productos que exporta el Ecuador en el sector de los plásticos.

Fuente: Instituto de Promoción de Exportación e Inversión – (ProEcuador, 2015), Banco Central del Ecuador (BCE, 2016), Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (SENAE)

Elaborado por: autora

Fuente virtual: <http://www.proecuador.gob.ec>

Según los datos aportados por el Banco Central del Ecuador (BCE, 2015), las exportaciones el año 2012 en el sector de la manufactura de cuero, plástico y caucho, tuvo un valor FOB USD.218,1 millones de dólares 61 mil de toneladas métricas, esto dio una participación en el Producto Interno Bruto (PIB) de un 2,2% (ilustración 6); la aportación del año 2013 a comparación del año anterior fue mayor con un valor FOB USD 230,0 millones de dólares ,con una exportación de 64 miles de toneladas métricas, teniendo una aportación en el PIB de 2,1%, (ilustración 6).

Para el año 2014 el sector aportó con un valor FOB USD.222, 8 millones de dólares, con una exportación total de 66 mil de toneladas métricas, siendo de los últimos 4 años la más alta, y teniendo un aporte al PIB del 1,8%, la variación entre este año y el 2013 en valor FOB USD (-3,13%) siendo negativa. (Ilustración 2)

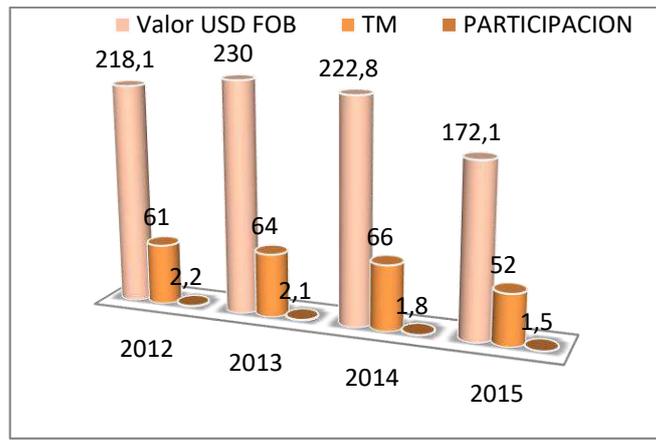


Ilustración 2 Exportación Manufactura de Cuero, Plástico y Caucho, Miles de toneladas métricas, millones de USD FOB

Fuente: Banco central del Ecuador (BCE), Evolución de la Balanza comercial (BCE, 2015)

Elaborado por: Autora

Fuente virtual: www.bce.fin.ec

El año 2015 en la evolución de la balanza (BCE, 2015), presentó números negativos para las exportaciones del sector de manufactura de cuero, plástico y caucho, con un valor de exportaciones FOB USD 172,1 millones de dólares, equivalente a 52 miles de toneladas métricas, con una aportación al PIB de 1,5%; la variación entre el año 2014 y 2015 en el valor FOB USD 22,8% siendo esta negativa.

Las importaciones de materia prima para la industria en los últimos 4 años ha tenido variaciones, las más notables fueron entre en año 2014 y el 2015. (Ilustración 7)

Para el año 2015 fue en valor FOB USD. 5149,3 millones de dólares con una participación con una importación de 4660 miles de toneladas métricas, a comparación del 2014 fue de USD. 5793,7 millones de dólares con una variación negativa de 11,1%, estas variaciones negativa influyen por las políticas comerciales que el país está pasando, haciendo que la importación baje en el país. (BCE, 2015) (ilustración 3)

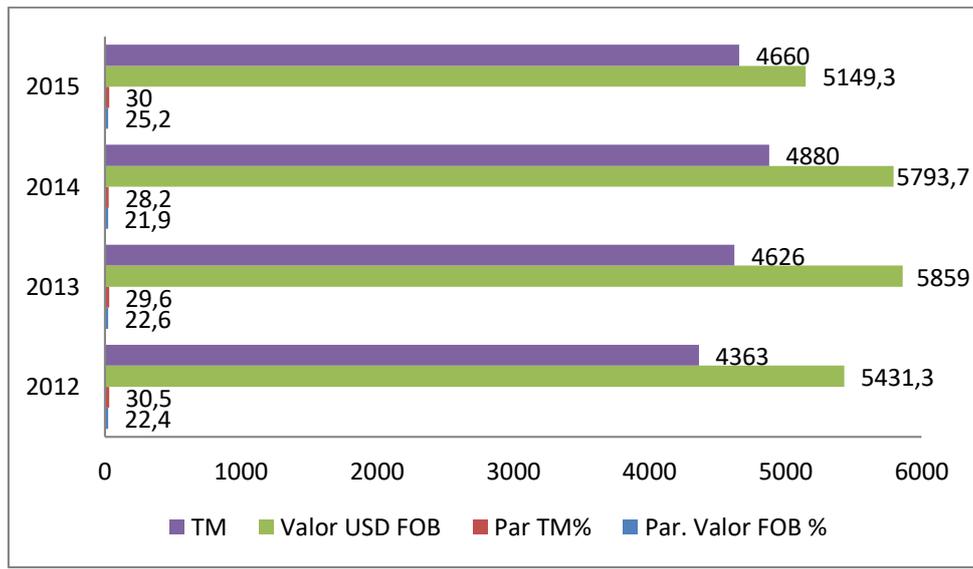


Ilustración 3 Importaciones, Sector industrial, Materias primas, Toneladas métricas en miles y valor USD FOB

Fuente: Banco central del Ecuador (BCE, 2015), Evolución de la Balanza comercial.
 Elaborado por: Autora
 Fuente virtual, www.bce.fin.ec

En el Ecuador no se cuenta con una Petroquímica, por lo cual la industria plástica debe importar el 100% de sus resinas para la fabricación de los productos, los datos presentados por el Banco Central del Ecuador (BCE, 2015), en el año 2012 las materias primas para la industria importó en FOB USD 5431,3 millones de dólares (ilustración 7), de los cuales Instituto de Promoción de Exportación e Inversión (ProEcuador, 2015), indica que el sector de Industria plástica generó un gasto de FOB USD. 1,124 millones de dólares (ilustración 4), lo cual representó una importación de 519 mil de toneladas (TM) en materia prima.

Para el 2013 las importaciones se incrementaron, el Banco Central del Ecuador (BCE, 2015), indicó que el sector industrial importó materia prima por FOB USD 5859,0 millones de dólares, de los cuales el sector de los plásticos importó 1,183 millones de dólares en materia prima plástica, lo que representó una cantidad de 536 mil de toneladas métricas (TM). (figura 1)

Los datos presentados por el Banco Central del Ecuador (BCE, 2015), en el año 2015 las materias primas para la industria importó FOB USD. 5.149,3 millones de dólares (ilustración 7), de los cuales Instituto de Promoción de Exportación e Inversión (ProEcuador, 2015), el sector de Industria plástica generó un gasto de FOB USD. 719,0 millones de dólares (Enero –Agosto), lo que representó a esa fecha una importación de materia prima 366 mil toneladas métricas (TM) (ilustración 4), a su vez el año 2014 en sus importaciones de materias primas para la industria fue mayor FOB USD 5.793,7 millones de dólares, (BCE, 2015), de los cuales FOB USD 1,217.0 millones de dólares fue del sector de la industria plástica, esta representó una importación de materia prima 564 mil toneladas métricas (TM), se puede notar

una contracción en las importaciones, a pesar del que el precio del petróleo bajo, no fue suficiente para producir más. (ProEcuador, 2015)

El Ecuador se abastece de materia prima de 10 Países en el mundo pero los 5 principales son: Estados Unidos, Colombia, China, Corea del Sur y Brasil., de las cuales (ProEcuador, 2015), indica que principalmente se nos provee materia prima en su forma primaria, como polietileno de densidad inferior a 0,94 polietileno de densidad superior a 0,94, polipropileno, copolimero de propileno. (Ilustración 4)

Según los datos presentados por el Banco central del Ecuador (BCE, 2016), en los últimos años la tendencia de la importación de la materia prima para el sector de los plásticos, ha bajado notoriamente.



Ilustración 4 Importación del sector plástico en el Ecuador

Elaborado por: Instituto de Promoción de Exportación e Inversión – (ProEcuador, 2015)

Fuente virtual: <http://www.proecuador.gob.ec>

Tabla 2 Tendencia de los principales productos que importa el Ecuador en el sector de los plásticos.

Partida arancelaria	Descripción
3901.10.00	Polietileno de densidad inferior a 0,94
3901.20.00	Polietileno de superior inferior a 0,94
3902.10.00	Polipropileno
3907.60.90	Los demás Poli(Teraflato de etileno)
3904.10.20	Poli(Cloruro de vinilo) obtenido por polimerización en suspensión
3926.90.90	Las demás manufacturas de plástico
3920.30.90	Las demás placas, láminas de polímeros de estireno
3902.30.00	Copolimero de Propileno
3906.10.00	Las demás Polímeros Acrílicos en formas primarias

Partida	Valor USD. FOB
---------	----------------

arancelaria	2011	2012	2013	2014	2015
3901.10.00	106,438.32	98,710.07	102,936.50	126,656.36	111,318.39
3901.20.00	84,573.66	87,670.55	100,307.45	104,488.75	87,271.65
3902.10.00	104,276.01	78,442.26	84,967.39	93,328.76	77,224.88
3907.60.90	84,025.60	80,725.04	74,629.15	56,263.16	59,338.48
3904.10.20	79,633.57	66,263.90	62,862.21	72,361.83	54,363.03
3926.90.90	31,299.00	32,640.29	40,336.12	41,111.78	30,922.39
3920.30.90	259.44	160.87	397.44	640,50	902.77
3902.30.00	25,689.33	22,792.81	24,825.72	30,629.20	25,106.89
3906.10.00	426.45	321.17	473.77	1,048.59	498.37

Fuente: Instituto de Promoción de Exportación e Inversión – (ProEcuador, 2015), Banco Central del Ecuador (BCE, 2016), Aduana del Ecuador. (SENAE, 2016)

Elaborado por: autora

Fuente virtual: <http://www.proecuador.gob.ec>

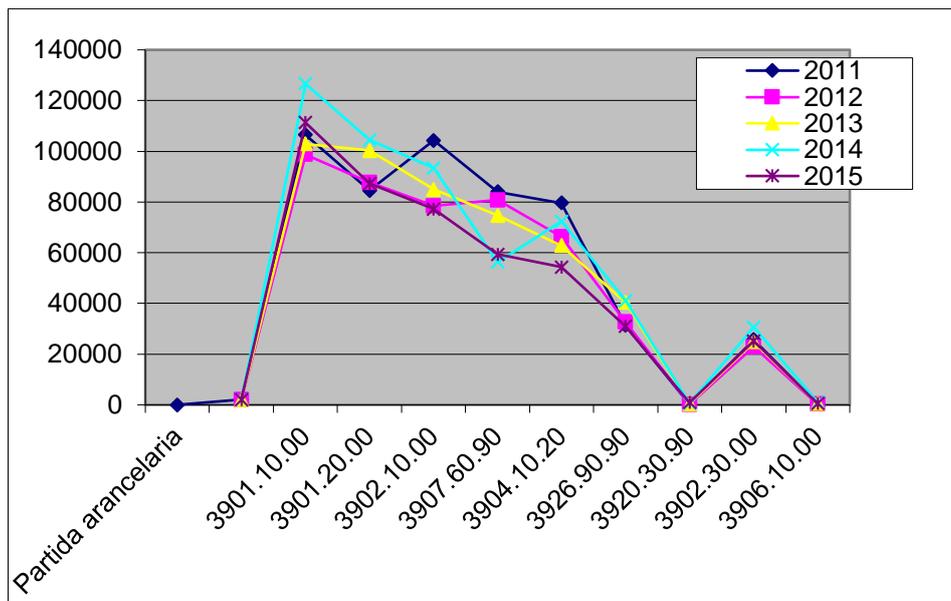


Ilustración 5 Tendencia de los principales productos que importa el Ecuador en el sector de los plásticos.

Fuente: Instituto de Promoción de Exportación e Inversión – (ProEcuador, 2015), Banco Central del Ecuador (BCE, 2016), Aduana del Ecuador. (SENAE, 2016)

Elaborado por: autora

Fuente virtual: <http://www.proecuador.gob.ec>

Materias primas y el mercado Petrolero

En los últimos meses por la caída del precio del petróleo a nivel mundial, esta ha hecho que el precio de las resinas plásticas baje, Alfredo Hoyos presidente de la Asociación Ecuatoriana de plásticos –ASEPLAS- indico en una entrevista para el periódico Expreso (2016), que este bajo un 17% ,esto ha sido de mucha importancia para el mercado de los plásticos, ya que ayudado al productor a poder competir en

el mercado interno mejorando la calidad de sus productos, ayudando a equiparar la balanza de los costos de operar en la industria del sector Plástico, las grandes industrias fueron las más beneficiadas ya que ellos al comprar grandes volúmenes percibieron la diferencia de los precios. (Tabla 4)

Tabla 4 Comparativo de precios, antes y después de que baje el petróleo.

Materia Prima	Antes	Después
Politileno de Alta y Baja Densidad	2,10 c/kg	1,55 c/ kg
Polipropileno	2,15 c/ kg	1,50 c/kg
Poliestireno Cristal /Alto impacto	2,20 c/kg	1,70 c/kg
Tereftalato de Polietileno (PET)	1,75 c/kg	1,40 c/kg
Cloruro de polivinilo (PVC)	1,95 c/kg	1.60 c/kg
Nylon	4,65c/kg	1,60 c/kg

Fuente: Asesoramiento, Técnico en matriceria y producciones de artículos plásticos, Francisco Antonio De Mori Rodas.

A través de la entrevista efectuada, se pudo conocer las necesidades del productor en la industria plástica, en las cuales se demuestra la dependencia total de la materia prima plástica importada por lo proveedores que hay en el país, pocos son los productores que lo importan de manera directa.

De la misma manera la escasa variedad de esta hace que los productores no puedan trabajar con el material adecuado dificultándose la fabricación de los artículos, así como que los procesos de producción se ven afectados cuando los precios varían, ya que no hay ningún ente regulador para los precios de la materia prima plástica.

La exportación se realiza por las grandes empresas, debido a que los procesos de certificación son largos y costos lográndolo así solo las grandes industrias.

Al igual que son pocas las empresas que hacen adquisición de maquinaria nueva, debido a las políticas comerciales que el país está viviendo, los empresarios no se quieren arriesgar a invertir en maquinaria, optan por darle mantenimiento a las que ya tienen y solo en un caso necesario adquirirían una nueva, lo que hace que los productores no puedan cumplir con la demanda de productos que el consumidor pide.

Conclusiones

La identificación de los procesos en la industria plástica es importante, ya que permitió evaluar las necesidades de un sector productivo, que genera empleo, exporta, pero los escasos de la materia prima para su producción, hace que la producción de nuevos productos no sea posible, y los industriales limiten en algunos casos su capacidad de producción.

El sector plástico del Ecuador es un importante dinamizador de la economía, por la generación de empleo la provisión a otros sectores productivos, sus principales materias primas provienen de la industria petroquímica, misma que no existe en el país y hace de las importaciones la única forma de obtener las de materias primas, convirtiéndose ésta en una desventaja para el sector, por cuanto la variedad y calidad que existe en el país es muy poca creando una falencia entre los productores locales, ya que solo pueden trabajar con los suministros disponibles en el medio, incidiendo en la baja calidad de los productos finales que no pueden acceder a las certificaciones para la exportación y que son poco apreciados por los consumidores nacionales.

Es importante establecer medios de acopio de materia prima que permita a los industriales plásticos mantener precios por periodos de tiempo para programar la producción, inversión y mejoras que pueden darse en el sector, especialmente con la coyuntura actual en la cual las importaciones de bienes de capital se vuelven más provechosas por la revalorización del dólar.

Bibliografía

Arosema, G. (Junio de 2015). La empresa familiar, Forjando el crecimiento económico del Ecuador. *Industrias- Cámara de Industrias de Guayaquil CIG*, 5, 12-20.

ASEPLAS. (2015). *Iplas*. Recuperado el 10 de Mayo de 2016, de Asociación Ecuatoriana de Plásticos: <http://aseplas.ec/iplas/home-1.html#>

ASEPLAS. (Enero de 2016). Recuperado el 5 de Abril de 2016, de Asociación Ecuatoriana de Plástico: <http://www.aseplas.ec/portfolio-item/revista-integra-no-44/>

BCE. (Enero-Diciembre de 2015). *Evolucion de la Balanza comercial 2015*. Recuperado el 15 de Abril de 2016, de Banco Central del Ecuador : <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201602.pdf>

BCE. (2016). Recuperado el 2015 de Abril de 2016, de Banco Central del Ecuador : <http://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/864-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-registr%C3%B3-un-resultado-positivo-durante-el-a%C3%B1o-2015-de-03-en-relaci%C3%B3n-al-a%C3%B1o-2014-situando-al-pib-a-precios-constanten-usd-69969-millon>

- BCE. (2016). *Totales por producto*. Recuperado el 25 de Abril de 2016, de Banco Central del Ecuador:
<http://www.bce.fin.ec/index.php/c-exterior>
- CIG. (Noviembre de 2013). *Plástico: Las Cifras de una Industria Dinámica*. Recuperado el 5 de Abril de 2016, de Cámara de Industrias de Guayaquil:
<http://www.industrias.ec/contenido.ks?contenidold=12&modo=-1&rs=N>
- COMEX. (Junio-Julio de 2015). *Boletín mensual de Comercio Exterior*. Recuperado el 10 de Abril de 2016, de Ministerio de Comercio Exterior : <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/07/Bolet%C3%ADn-de-Comercio-Exterior-junio-julio-2015.pdf>
- COMEX. (11 de MARZO de 2015). *RESOLUCIONES COMEX 2015: Resolución No. 011-2015*. Recuperado el 29 de Abril de 2016, de MINISTERIO DEL COMERCIO EXTERIOR:
<http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/Resoluci%C3%B3n-011-2015.pdf>
- COMEX. (29 de Abril de 2016). *RESOLUCIONES COMEX 2016: Resolución No. 006-2016*. Recuperado el 4 de Mayo de 2016, de Ministerio de Comercio Exterior - COMEX:
<http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/04/Resolucion-006-2016.pdf>
- COPCI, C. O. (29 de Diciembre de 2010). *Acerca de :Codigo Organico COPCI*. Recuperado el 28 de Abril de 2016, de Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador SENA.E.:
http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/ccop/S351_20101229.pdf
- Cornish Álvarez, M. L. (1997). El Plástico y sus Usos. En *El ABC de los Plástico* (pág. 12). España: Universidad Iberoamericana, Departamento de Diseño Industrial, Gráfico y Textil.
- EL TELÉGRAFO. (29 de Abril de 2015). La industria plástica produce al menos \$418 millones al año.
- EL UNIVERSO. (10 de Marzo de 2015). Ropa importada pagará una sobretasa del 45%.
- IMPI. (1997). El Mundo de los Plásticos. En Instituto Mexicano del Plásticos Industrial, *Enciclopedia del Plásticos* (págs. 1-5). Mexico: Litografía Publiitaria.
- INEC. (2014). *Índices mensuales de volumen físico de la producción industrial*. Recuperado el 20 de Abril de 2016, de Instituto Nacional de Estadística y Censos:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-volumen-industrial-ipi-ivi/>
- INEC. (2015). *Índice de empleo, remuneraciones y horas trabajadas (IER)*. Recuperado el 20 de Abril de 2016, de Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/remuneraciones-y-horas-trabajadas/>
- INEN. (2014). *Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 099 - Máquina de moldeo por inyección*. Recuperado el 23 de Abril de 2016, de Servicio Ecuatoriana de Normalización:
<http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/RTE-099.pdf>
- Maldonado, F., & Proaño, G. (Septiembre de 2015). La Industria en el Ecuador. *Ekos Negocios*, 47-56.

- INEC. (2014). *Índices mensuales de volumen íisco de la produciion industrial*. Recuperado el 20 de Abril de 2016, de Instituto Nacional de Estadística y Censos:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-volumen-industrial-ipi-ivi/>
- PDM Plastics. (2016). Recuperado el 20 de Abril de 2016, de <http://www.pdmevent.com/>
- PICA Plásticos Industriales C.A. (s.f.). *Historia*. Recuperado el 1 de Abril de 2016, de PICA Plasticos Industriales C.A.: <http://www.pica.com.ec>
- Plasticaucho Industrial. (2016). *Reseña Historica*. Recuperado el 1 de Abril de 2016, de <http://www.plasticaucho.com.ec>
- PLÁSTICOS DEL LITORAL - PLASTILIT S.A. (s.f.). *La empresa*. Recuperado el 1 de Abril de 2016, de http://www.plastlit.com/quienes_somos.php
- Plasticos Ecuatonianos S.A. (s.f.). *Quienes Somos*. Recuperado el 1 de Abril de 2016, de <http://www.plasticoecuatorianos.com>
- ProEcuador. (2013-2014). *Petroquímica: Plásticos y cauchos sinteticos*. Recuperado el 10 de Abril de 2016, de Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones:
<http://www.proecuador.gob.ec/sector7/>
- ProEcuador. (2014). *Materiales y Acabados de plástico para la construccion*. Recuperado el 20 de Abril de 2016, de Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones: Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones - ProEcuador
- ProEcuador. (2015). *Análisis sectorial. Plásticos del Hogar 2015*. Recuperado el 15 de Abril de 2016, de Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones:
http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/PROEC_AS2015_PLASTICOS_HOGAR.pdf
- ProEcuador. (Diciembre - Enero de 2015). *Boletín de comercio exterior*. Recuperado el 10 de Abril de 2016, de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones:
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/BoletinDiciembre14-final.pdf>
- ProEcuador. (2015). *Perfil sectorial de plásticos para el inversionista*. Recuperado el 10 de Abril de 2016, de Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones :
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/11/Presentaci%C3%B3n-Pl%C3%A1sticos.pdf>
- ProEcuador. (2016). *Plásticos*. Recuperado el 10 de Abril de 2016, de Instituto de Promociones de Exportación e Inversión : <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/plasticos-farmaceutica-cosmeticos/plasticos/>
- ProEcuador. (2016). *Quienes Somos*. Recuperado el 20 de Abril de 2016, de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones: <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/quienes-somos/>

SENAE. (29 de Diciembre de 2010). *Legislación- Reglamento COPCI*. Recuperado el 28 de Abril de 2016, de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador :
http://www.aduana.gob.ec/pro/reglamento_copci.action

SENAE. (2016). *Arancel del Ecuador*. Recuperado el 15 de Abril de 2016, de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador:
http://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2013/ARANCEL_FINAL_1_DE_ENERO_R93.pdf

SUPERCIAS. (2016). *Ranking empresarial 2016*. Recuperado el 20 de Abril de 2016, de Superintendencia de compañías, valores y seguros;:
<http://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/>

010. LOS ENFOQUES METODOLÓGICOS QUE SUSTENTAN EL ESTUDIO DE LA DIMENSIÓN NACIONAL DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO.

Autor:

Rafael Antonio Sorhegui Ortega, Ph.D.

Doctor en Ciencias Económicas.

Director de Investigación y docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad Tecnológica ECOTEC.

rsorhegui@ecotec.edu.ec

RESUMEN

El carácter hegemónico que alcanzan las relaciones capitalistas de producción condicionó el surgimiento de un pensamiento económico que expresa las necesidades y exigencias que reclaman las economías de los países centros del capitalismo. Eso nos explica por qué la corriente principal del Pensamiento Económico sola está representada- con raras excepciones- por el pensamiento económico anglosajón, al que se le concede condición de universal.

Las relaciones de dependencia que establecen los países desarrollados sobre los subdesarrollados, generan un problema importante a las ciencias económicas de esos países - presente a lo largo de su historia -. El mismo consiste en conjugar lo universal a través de lo particular. Por esta razón, han de ser capaces de recepcionar los elementos teóricos del Pensamiento Económico Universal e incorporar de manera creativa, desde su contexto y entorno las propuestas y soluciones de los problemas particulares de esas economías.

La interacción e interdependencia propias de las diferentes esferas de las relaciones sociales condicionaron que en determinado momento del desarrollo histórico de la teoría apareciera como método científico el reconocimiento de la relación entre la historia y la economía. Esta situación se reflejó en las Ciencias Económicas a través de distintas concepciones metodológicas acerca del papel que debe desempeñar lo histórico en el análisis de los fenómenos económicos. Los economistas que admiten su importancia para el estudio y aprehensión de la teoría y para la captación de la realidad, reconocen las peculiaridades que presenta esta disciplina científica como parte integrante de las Ciencias Sociales.

Palabras claves: Historia, Pensamiento Económico Universal, Doctrina Económica.

INTRODUCCIÓN

Los economistas al incursionar en el complejo y difícil camino de la metodología de la ciencia económica, reconocen abiertamente el valor metodológico de la perspectiva que asume la integración de los problemas sociales y económicos, determina los límites en el ámbito de la aplicación de los modelos económicos generales y el gran valor del conocimiento histórico para el análisis socioeconómico.ⁱ

En la disciplina de Historia del Pensamiento Económico la alternativa que prosigue el camino iniciado por la historia en el progreso de las ciencias sociales, considera que las ideas económicas son un reflejo del lugar y la época, no son un producto del azar o de un momento inesperado, mide la agudeza o ingenio de tal o cual autor en su contexto histórico y cultural. De manera que consideran que el pensamiento económico debe valorarse en correspondencia con un ambiente histórico, político y social dado y no se le puede ver al margen del mundo que interpreta. Producto del carácter dinámico de dicho mundo, que evoluciona y se halla en continuo proceso de transformación, es condición ineludible que dichas ideas – para conservar su pertenencia - se modifiquen consiguientemente; no se mantengan inalterables.

La posición metodológica que omite el análisis de la historia en la Economía se consolida en la teoría neoclásica, aunque se puede apreciar desde los clásicos ingleses. Tal posición se caracteriza por: tratar de explicar la conducta económica del hombre sin referencia al tiempo o al lugar, condiciona la relación con los sistemas sociales como puramente incidental y llega al extremo de estimar que la comprensión de la historia no concierne al economista, porque elimina el instrumental analítico como herramienta de explicación de los fenómenos económicos. “...Hemos llegado ya a un punto en el que un economista ortodoxo rara vez menciona las palabras historia, historia económica, incluso historia del pensamiento económico, sin hacer una mueca desdeñosa con el labio superior...”ⁱⁱ

Los prejuicios ocasionados por una subvaloración, explícita o implícita, del papel que desempeña la historia en las ciencias económicas de su significación e importancia, conllevan a considerar que el pensamiento económico se encuentren dotado de vida y desarrollo propio y, por tanto, los progresos de la disciplina se manifiestan sólo en un ámbito abstracto o lógico, al identificar el tiempo histórico con el tiempo lógico.ⁱⁱⁱ

La tendencia a no apreciar en la dimensión adecuada el significado de la historia en la formulación del pensamiento económico ha prevalecido en las Ciencias Económica e incluso ha llegado a hacerse hegemónica. Ello, sin embargo, no ha podido imponerse como forma única de pensamiento, pues existen otras opiniones que contrastan con esta corriente.

Las dos interpretaciones, parten de perspectivas diferentes: una sigue las reglas, criterios y objetivos que la aproximan a la visión de las ciencias naturales; la otra, admite el carácter histórico de la economía. Ambas posiciones constituyen el fundamento teórico - metodológico de las diferentes denominaciones por las que ha transitado la historia del pensamiento económico en el de cursar del tiempo.

De lo expuesto surge una interrogante ¿Cómo ha sido definido el pensamiento económico? y, en consecuencia, ¿qué se incluye en las principales denominaciones?

Para designar la Historia del Pensamiento Económico se han utilizado por diferentes historiadores otros términos como: Historia de la Economía, Historia de las Ideas Económicas, Historia de las Teorías Económicas, Historia de las Doctrinas Económicas, Historia del Análisis Económico^{iv}. De todas estas las dos últimas denominaciones han predominado en la profesión.

La Historia de las Doctrinas Económicas se identifica con el proceso histórico del surgimiento, formación, desarrollo y cambio de las ideas económicas; mas no de todas ellas, sino solo de las que han pasado *a constituir un sistema de conceptos sobre los problemas* que en su tiempo conformaban un conjunto de ideas (económicas) lógica y sistemáticamente vinculadas a una determinada clase social. En este tipo de análisis se considera que todas las teorías formuladas en el pasado son un reflejo fiel de las condiciones en que surgieron. En este enfoque están presentes los juicios de valor.

Otra alternativa que contempla la importancia de la perspectiva histórica en las Ciencias Económicas, esta presente en la obra clásica del profesor J. A. Shumpeter "Historia del Análisis Económico" (1954), cuando señala que: "... El tema de la economía es, esencialmente, un proceso único desplegado en el tiempo histórico. Nadie puede entender los fenómenos económicos de una época si no domina los hechos históricos".^v

No obstante, este autor establece en la propia obra otra reflexión que difiere del enfoque anterior, al rechazar expresamente la tesis que intenta explicar el pensamiento económico como respuesta a las condiciones económicas del momento o los problemas económicos que se plantean en cada momento. "Desde luego que no despreciamos en ningún caso el ambiente general de Pensamiento Económico dentro del cual han trabajado los analistas en diferentes épocas. Pero *esos ambientes y sus cambios históricos no serán nunca el principal objeto de interés*".^{vi}

El enfoque de J.A. Shumpeter de la Historia del Análisis Económico^{vii} se ocupa del progreso del instrumental analítico utilizado por los economistas, nos cuenta la historia del progreso o perfeccionamiento de la "caja de herramienta" - como diría la profesora

inglesa Joan Robinson- que hacen posible aprehender la realidad, pero queda al margen del contexto histórico en que desarrollan los autores su actividad.

El Análisis Económico se considera neutral, pues, según su autor, consiste en la elaboración de conceptos que permitan una explicación racional y lógica. Aquí radica el fundamento de la tesis de Shumpeter en el cual es posible un progreso de la economía independientemente de nuestra ideología. Este presupuesto metodológico es utilizado por determinados economistas y corrientes de pensamiento económico para negar el carácter de ciencia social de las ciencias económicas.

Teniendo en cuenta las características que presenta cada una de las denominaciones anteriores, éstas no se ajustan a las peculiaridades del pensamiento económico en los países en vías de desarrollo. Dado el insuficiente desarrollo de las relaciones sociales de producción y la presencia de una estructura económica y social deformada. Es por ello que no es posible identificar un pensamiento económico formado por un conjunto ordenado de proposiciones, pero sí, existe un cuerpo teórico, menos sistematizado acerca de temas económicos que resultan útil, y necesario estudiar para comprender la formación y evolución de la Ciencia Económica en cada país o región.

Por esa razón, consideramos que la denominación de Historia del Pensamiento Económico, es más adecuada para valorar el pensamiento económico en los países de la periferia, ya que por su mayor amplitud en el análisis, incluye a diferencia de los enfoques anteriores, las ideas sobre los problemas económicos, expuestas por los profesionales de la economía o no. Además, recepciona aquellas teorías que no logran convertirse en un sistema categorial, pero si reflejan desde una perspectiva histórica la relación de lo general y lo particular en el Pensamiento Económico.

El hecho de adscribirse a la perspectiva histórica nos brindaría la posibilidad de conocer los antecedentes necesarios para comprender, en toda su extensión y alcance, el contenido de las teorías en el presente. En lo tocante a esta temática existe un fuerte debate en el plano metodológico en relación con el sentido que tiene la historia para entender el presente. Al respecto coincidimos con lo expresado por el profesor J.K. Galbraith quien afirma que: "... vale la pena tratar de entender el presente, pues el futuro inevitablemente conservara elementos importantes de lo que hoy existe. Y el presente a su vez es un producto del pasado...lo que actualmente creemos en materia económica tiene raíces profundas en la historia. Solo en la medida en que dichas raíces son objeto de la comprensión, solo si se dirige la vista al pasado, solo entonces podrá entenderse el presente, y por tanto, con muchas limitaciones, se atisbara con algún tino el futuro".^{viii}

La relación entre el presente y el pasado en la interpretación de la realidad genera una serie de problemas metodológicos para alcanzar una aprehensión objetiva y científica

del acontecer histórico. En la historia del pensamiento económico como disciplina se presenta ante el científico una serie de interrogantes de cuyas respuestas se derivan diferentes enfoques metodológicos: ¿Cómo valorar las teorías económicas y los aportes realizados por los diferentes autores y corrientes de pensamiento que se corresponden con un espacio y tiempo determinado? ¿Cómo analizar la evolución del Pensamiento Económico? Entre los autores^{ix} que han ofrecido una respuesta a la solución de esta problemática, seleccionamos la clasificación establecida por el profesor Mark Blaug, por el reconocimiento que ha tenido en la comunidad académica internacional.

La relación presente – pasado en el análisis del pensamiento económico.

El propósito de realizar un estudio crítico de la teoría del pasado lleva a Mark Blaug a presentar distintas formas de enfrentarse a las ideas de los economistas del pasado. Así estableció una tipología para el análisis de la historia del pensamiento económico. En esta tipología incluye dos corrientes: la Absolutista y la Relativista. La primera la relaciona con el enfoque lógico en las ciencias económicas, que estudia la historia del pensamiento económico sin relación con los contextos socioeconómicos en los que este ha surgido, y su análisis se limita sólo al desarrollo intelectual de la teoría, a la lógica interna de su evolución. Por su parte, la relativista estaría asociada con el enfoque histórico, que según el autor, se caracteriza por la relación que existe entre las teorías y su contexto histórico: “todas las teorías formuladas en el pasado son un reflejo más o menos fiel de las condiciones contemporáneas, de modo que cada teoría se justificaba en principio igualmente en su propio contexto”.^x

Para Mark Blaug son dos puntos de vistas diferentes, los cuales en la práctica ningún historiador del pensamiento económico adopta en forma extrema, pero se aproximan a una u otra. Este autor apoya el enfoque absolutista por ser en su opinión más defendible que el relativista. Sin embargo reconsideró su posición anterior^{xi}, al convertir los dos términos empleados por los de Reconstrucción Histórica y Reconstrucción Racional^{xii}. El cambio con la postura precedente radica en que no establece preferencia por uno u otro, de los nuevos términos empleados, juzgando que ambos presentan méritos suficientes para resolver adecuadamente la relación entre el presente y el pasado.

Las interpretaciones formuladas por Mark Blaug, se convierten en el centro del debate, a partir del cual se desarrollan diferentes enfoques metodológicos dirigidos a la solución de la siguiente interrogante: ¿Existe algún principio general de explicación que pueda aplicarse para valorar las transformaciones que sufre el pensamiento económico en su devenir histórico? Las respuestas se encuentran en torno a dos perspectivas: La Evolutiva o Lineal y la Socioeconómica.

En el análisis de la evolución del pensamiento económico ha predominado en el ámbito internacional de la academia el enfoque Evolutivo o Lineal, que se fundamenta en mostrar el crecimiento del conocimiento sin rupturas, como una acumulación y continuidad en el desarrollo científico. Desde esta perspectiva el progreso del pensamiento analítico se nos presenta de manera ascendente, su historia transita del error a la verdad. En este caso el pasado concreto de las ciencias económicas no es más que una suma de errores, con la posible excepción de tales o cuáles autores, que reciben la honrosa distinción de precursores. Sería entonces solo la historia de los errores, por lo cual el conocimiento económico se encuentra siempre en las aportaciones recientes.

Esta posición, al rechazar las tesis que intentan explicar el pensamiento económico como respuestas a las condiciones económicas del momento o como los problemas económicos que se plantean en cada momento, pretenden, convertir sus proposiciones en universales y que la validez de las mismas no se encuentra sometida a criterios de espacio y de tiempo.^{xiii}

Los partidarios de esta visión rechazan el aspecto histórico en las ciencias económicas y por lo general se han formado bajo la influencia de la escuela neoclásica. Esta corriente de pensamiento la encontramos desde el siglo XIX en el economista francés Juan Bautista Say.^{xiv}

En nuestra opinión, la principal insuficiencia metodológica de esta tendencia consiste, primero, en obviar la perspectiva histórica en su análisis, hecho que la conduce a identificar como dos procesos similares el crecimiento y el desarrollo del conocimiento en la historia del pensamiento económico, cuando ambos no se comportan de manera análoga en el progreso científico.

En este sentido estamos, de acuerdo con los planteamientos expresados por Homa Katouzian, cuando señalo que: “El crecimiento de algo es gradual y continuo y su desarrollo es periódico y discreto. Observamos ese contraste entre crecimiento y desarrollo en los organismos, individuos, entidades sociales y cuerpos de conocimiento...Las ideas pueden evolucionar sin alcanzar el éxito de añadirse significativamente al conocimiento existente. La historia del progreso científico parece apoyar la hipótesis de la continuidad del crecimiento y la irregularidad del desarrollo...”^{xv}

En oposición al enfoque metodológico descrito, el Socioeconómico analiza la evolución del pensamiento económico en correspondencia con los cambios que ocurren en la vida económica y social en una realidad históricamente determinada y su reflejo en el pensamiento. Es este el punto de vista que sostienen en general los historiadores del

pensamiento o economistas que no se identifican con la corriente positivista en las Ciencias Económicas.

Este enfoque, que reconoce la importancia de la perspectiva histórica en el análisis económico, en ocasiones ha asumido una interpretación vulgar del determinismo económico, que realiza una explicación mecánica de todos los hechos a partir sólo de la vida económica, olvidando que el hecho económico no es la causa determinante, y hasta única, del complejo proceso de evolución histórica de la sociedad. Este por sí mismo no es suficiente para explicarla; extender el estudio a los factores sociales y culturales, en su sentido más amplio, es, a nuestro juicio sumamente importante.

En general esta visión establece una relación entre el pensamiento económico y la estructura socioeconómica - incluyendo los cambios que esta sufre -, contemplando de manera explícita el papel del sujeto que realiza las investigaciones. Por lo cual enriquece el análisis con el “espíritu de la época”, las influencias ideológicas y políticas provenientes de la realidad. Todos estos factores condicionan los juicios de valor que pueda tener el autor antes y después de realizar su obra.^{xvi}

Por tanto, es necesario que el historiador del pensamiento tenga presente que, las teorías elaboradas por los economistas son producto de un determinado medio social, frente al cual asume cierta posición, que representan la expresión de las necesidades de ciertas clases, sectores y capas de la sociedad, cuyos intereses específicos se intentan defender y exaltar.

Por lo cual, el problema de cómo actúa el sujeto en reciprocidad con su medio histórico en su sentido amplio es precisamente lo que tiene interés para la historia del pensamiento económico.

Otra perspectiva proviene de la historia de las ciencias, y se han utilizado bajo la influencia de Thomas Khun e Imre Lakatos en la historia del pensamiento económico.^{xvii} Este enfoque que difiere del evolutivo o lineal, lleva *implícita la idea de una evolución discontinua, no progresiva* en el conocimiento científico. Esta visión parte de considerar que el desenvolvimiento y el desarrollo del pensamiento no deben concebirse como una elaboración en línea recta de un conjunto básico de conceptos, por sucesivas adaptaciones de este a los problemas que emergen del mundo real; sino que reconoce que los conceptos y las estructuras formales nuevas son impulsadas por el deseo de responder a las inadecuaciones de los predecesores, ante el fracaso de la relación presente- pasado en la forma en que se conciben, la idea del progreso en el pensamiento económico.

La posición crítica al enfoque lineal en las ciencias que obtuvo una mayor notoriedad en la disciplina fue la elaborada por Khun, en su libro “La Estructura de las Revoluciones

Científicas” (1962). A su juicio, el desarrollo de la ciencia, lejos de seguir el patrón de continuidad que sostiene la visión tradicional, se presenta como un proceso caracterizado por sucesión de períodos de continuidad y de ruptura. La propuesta de este autor implica relativizar la noción de progreso científico.^{xviii}

Coincidimos con el criterio del profesor español Enrique Palazuelos quien señala dos aspectos que diferencian el análisis de Khun del enfoque Evolutivo o Lineal. “En primer lugar, ofrecía un punto de vista distinto acerca de las razones por las que sostienen las teorías científicas durante el período de “normalidad” relacionándolas más con el contexto histórico y con las condiciones sociológicas de la comunidad científica que con la práctica rigurosa de un determinado método de investigación. En segundo lugar, la idea de que el crecimiento del saber científico se produce mediante revoluciones o rupturas y no sólo a través de procesos agregativos, lineales y continuados, mostrando para ello la trayectoria seguida por distintas disciplinas científicas”.^{xix}

También en esta línea se incluye la propuesta de Imre Lakatos de los “Programas de Investigación Científica”, siendo esta una estructura que marca un conjunto de reglas metodológicas que sirven de guía a la actividad de la investigación científica. El mismo nos propone la idea acerca de una evolución a saltos, no progresiva, en la evolución histórica del pensamiento científico, que sólo debe realizarse a través de revoluciones.^{xx}

Estas visiones planteadas hacen abstracción de que la investigación científica es un proceso lógico y social en la medida en que conocimiento y método científico se inscriben en una realidad determinada con la cual interactúan. Por tanto, no podemos pensar que la conducta de las personas dedicadas a la investigación es independiente del marco en que se desarrolla su actividad y de sus intereses de clase. A ello hay que añadir que, desde la perspectiva de la evolución del conocimiento científico, la época histórica y el contexto social definen gran parte de los condicionantes que marcan los límites potenciales para la investigación. De todo esto se infiere, en definitiva, la necesidad de contextualizar históricamente los desarrollos teóricos generados en la ciencia.

Coincidimos con el profesor Héctor Castaño en el criterio de que es limitado la aplicación de las ideas de Khun en nuestra disciplina pues: “su aplicación pudiera ser útil para el análisis de un tema en concreto, pero supondría una excesiva simplificación transplantarla mecánicamente para una visión de conjunto de la evolución del pensamiento económico”.^{xxi}

Al situarse desde una perspectiva de las Ciencias Sociales la noción de que el progreso transcurre de una manera gradual y uniforme, incluso la propia formación de un paradigma, en el sentido estricto, no la juzga imprescindible. Pues el cambio continuo de la realidad social implica que el sujeto, por efecto del aprendizaje, altere su

comportamiento. Esto impide cualquier pretensión de universalidad o perennidad, pues el analista se encuentra permanentemente con hechos nuevos. Esta situación conduce a pensar los procesos sociales en términos de opciones.

El reto que impone interpretar la realidad actual impone la necesidad de conocer el pasado para la mejor comprensión del presente^{xxii} y, de manera recíproca, la indagación en el presente para explicar el pasado. Consideramos esta tesis relevante para el análisis de esta problemática en el Ecuador, ya que las formas que adopta el pensamiento económico Ecuatoriano en la actualidad sólo puede entenderse con el examen de sus formas pretéritas, sobre cuya base se asienta. Sólo a partir de la preservación de los conocimientos acumulados podemos pensar el presente, avanzar sobre la incertidumbre del futuro y enfrentar con acierto los desafíos de la teoría económica.

CONCLUSIONES

Al valorar los enfoques metodológicos analizados anteriormente, referidos a la posición adoptada en nuestra disciplina en relación al *presente- pasado, somos del criterio de que* los dos referentes analíticos principales son : el Evolutivo o Lineal y el Socioeconómico. Nosotros somos partidarios del *Socioeconómico*, pues nos brinda la perspectiva histórica en el análisis del pensamiento económico, sin la cual es improbable explicar el presente y contribuir a proyectar el futuro.

La utilización del enfoque Socioeconómico, permite en nuestra opinión, estudiar las contribuciones del pensamiento económico que se realizan en los países que han sido marginados de la corriente principal de la disciplina. Pues si partimos del análisis del espacio y el tiempo donde se desenvuelve el sujeto, reconoceremos cuáles son las rupturas y aproximaciones que presenta el pensamiento económico de esos países o regiones respecto a la historia del pensamiento económico universal.

El pensamiento económico se encuentra históricamente condicionado. Por consiguiente, las teorías económicas son producto y reflejo de una sociedad determinada, y a su vez guardan una estrecha relación con el sistema económico, con la estructura e instituciones vigentes en el momento de su formulación, de lo que se deduce que sólo se puede comprender en todo su significado el pensamiento económico, *sí se tiene presente el espacio y el tiempo de los que surgió y cuyos problemas trata de responder*

NOTAS

- ⁱ Homa Katouzian: “Ideología y método en Economía”. Editorial Blume. Madrid. España. 1982, p. 200.
- ⁱⁱ Homa Katouzian: “Ideología y método en Economía”. Editorial Blume. Madrid. España. 1982, p. 57, 100.
- ⁱⁱⁱ Véase de John G. Galbraith: “Historia de la economía”. Editorial Ariel. España, séptima edición, 1993.
- ^{iv} Un estudio más detallado sobre las diferentes denominaciones en nuestra disciplina puede encontrarse en el trabajo de Luis Perdices de Blas titulado: “Los Historiadores y sus aproximaciones a la historia del Pensamiento Económico” que aparece publicado en el volumen I capítulo 4 de “Economía y Economistas Españoles”. Editorial Galaxia Gutenberg - Círculo de Lectores. España 1999.
- ^v Joseph.A. Shumpeter: “Historia del análisis económico” Editorial Ariel. Barcelona. España.1994. p. 47-48.
- ^{vi} Shumpeter, ob.cit, p.74
- ^{vii} J.A.Shumpeter la define como “La historia de los esfuerzos intelectuales que han realizado los hombres para comprender el fenómeno económico, o lo que es lo mismo la historia de los aspectos analíticos o científicos del pensamiento económico”, ob.cit, p. 76.
- ^{viii} Véase de J.K.Galbraith, ob.cit, p. 15.
- ^{ix} Entre los autores que se han ocupado de esta problemática en nuestra disciplina podemos mencionar a: Orestes Popescu, J.A. Shumpeter, Samuel Hollander, Pedro Schwartz, Eduard Heimann y Mark Blaug.
- ^x Mark Blaug: “Teoría en retrospectión”, Editorial Fondo de Cultura Económica. México, primera edición en español.1985 p. 26.
- ^{xi} Véase de Blaug Economic Theory in Retospect Cambridge University Press, quinta edición, 1996, p. XVII – XVIII: Tomado del volumen I de “Economía y Economistas Españoles”. Editorial Galaxia Gutenberg - Círculo de Lectores. España 1999.
- ^{xii} Las reconstrucciones históricas consisten en presentar a los autores del pasado en sus propios términos, es decir, en los términos que esos pensadores habrían aceptado como una descripción adecuada de sus obras y las reconstrucciones racionales, consistentes en tratar a los pensadores de cualquier época como si fuera contemporáneos con los que podamos intercambiar puntos de vistas, analizando sus ideas conforme a nuestras ideas en sus términos actuales, con el propósito de identificar sus errores y comprobar los cambios realizados a lo largo de la historia intelectual. En su artículo “On the Historiography of Economics” (1990). Tomado del volumen I de “Economía y Economistas Españoles”. Editorial Galaxia Gutenberg - Círculo de Lectores. España 1999.
- ^{xiii} Esta posición admite que el espacio y el tiempo pueden provocar desviaciones en el progreso lineal del pensamiento económico.
- ^{xiv} Juan. B. Say expresó: “¿Cuál propósito útil puede tener el estudio de las opiniones y doctrinas absurdas, destruidas mercedamente hace mucho tiempo? El intento de resurrección de tales opiniones y doctrinas es mera pedantería inútil. Entre más perfecta se vuelve una ciencia más breve se vuelve su historia. Tomado de “Sobre Revoluciones y Progresos en el conocimiento Económico”. T.W. Hutchison. Editorial Fondo de Cultura Económica. México 1985 p. 267.
- ^{xv} Katouzian ob.cit, p.116.
- ^{xvi} Véase de Gunnar Myrdal el artículo “Breve nota sobre Marx y el Marxismo” en el libro Contra la Corriente. Editorial Ariel. España. 1980, p. 356-366.
- ^{xvii} Bajo la influencia metodológica de Khun se han escrito entre otros libros la de Guy Routh: “ The Origin of Economic Ideas” (1975); Jeffrey T Young: “Classical Theories of Value: From Smith to Sraffa” (1978) y Martin C Specheler: “ Perspectives in Economic Thought”(1990).Otros libros que siguen la metodología de I. Lakatos son el de Phillis Deane: “ The Evolution of Economic Ideas” (1978); Neil de Marchi y Mark Blaug: “Appraising Economic Theories: Studies in the Methodology of Research Programs”(1991).Tomado de Luis Perdices de Blas: “ Los Historiadores y sus aproximaciones a la historia del Pensamiento Económico”. Capítulo 4 del libro “Economía y Economistas Españoles” .Volumen I. Editorial, Galaxia Gutenberg - Círculo de Lectores. España. 1999.
- ^{xviii} La aplicación del enfoque de Khun en las Ciencias Económicas ha recibido objeciones, puede consultarse, entre otros autores a Homa Katouzian (1982) “Ideología y Método en Economía”. Editorial, Blume, Madrid, España, Marx Blaug (1985) “Teoría en Retrospección” Editorial Fondo de Cultura Económica. México, primera edición en español, y Ernesto Screpanti y Stefano Zamagni,(1997) “Panorama de la Historia del Pensamiento Económico”, Editorial Ariel S. A. España.
- ^{xix} Enrique, Palazollos: “Contenido y método de la economía”. Ediciones Akal S.A. Madrid. España.2000, p. 84.

^{xx} “La revolución es un proceso de cambio relativamente fundamental o comprensivo, y- o relativamente rápido, que afecta a una parte o la totalidad de la disciplina”. Sin embargo existen especialistas que no comparten el criterio de Hutchinson como Gordon y Routh que consideran que en las Ciencia Económicas no han existido revoluciones .Véase de Hutchison ob. cit. p. 351,353.

^{xxi} Hector Castaño Salas: “Entender la Economía”. 2003.

^{xxii} “No negamos que el pasado pueda explicar el presente “sin pero”, mas es imprescindible para conseguir su plena aclaración.” Véase de Witold Kula “Problemas y métodos de la historia económica”. Ediciones Península .España. Tercera edición. 1977.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfons, B. (1992). Filosofía de la Economía, leyes teorías y modelos. Editorial Icaria – Fuhem, Barcelona: España.
- Almodóvar, A. y Cardoso, J. (1998). A history of Portuguese economic thought. Editorial Routledge Londres y New York: Reino Unido y Estados Unidos.
- Aparicio, R. y Torres, F. (1983). El Pensamiento Económico de Carlos Rafael Rodríguez en la década del 50. Revista Economía y Desarrollo.
- Blaug, M. (1985). Teoría en retrospectiva. Editorial Fondo de Cultura Económica, 1era edición, México.
- Blaug, M. (1996). Economic Theory in Retospect. Cambridge University Press, 5ta edición, Londres: Reino Unido.
- Bunge, M. (1972). La investigación Científica. Su estrategia y su Filosofía. Editorial de Ciencias Sociales, La Habana: Cuba.
- Castaño, H. (2003). Entender la economía. Editorial Félix Varela, La Habana: Cuba.
- Colectivo de autores (1996). La historia y el oficio del historiador. Editorial de Ciencias Sociales, La Habana: Cuba.
- Chailloux, G. (2000). Pensar la Economía Cubana. Premisas Teórico- Metodológicas. La Habana, Cuba.
- Chailloux, G. y Rodríguez, P. (1984). Antología del Pensamiento Económico. La Habana: Cuba.
- Fuentes, E. (1999). Economía y Economistas Españoles. Editorial Galaxia Gutenberg-Círculo de Lectores, Volumen I, Madrid: España.
- Galbraith, J. (1993). Historia de la economía. Editorial Ariel, 7ma edición, Madrid: España.
- Hutchison, T. (1985). Sobre Revoluciones y Progresos en el conocimiento Económico. Editorial Fondo de Cultura Económica, Ciudad de México: México.

-
- Katouzian, H. (1982). Ideología y método en Economía. Editorial Blume, Madrid: España.
 - Kula. W. (1977). Problemas y métodos de la historia económica. Ediciones Península, 3era edición, Madrid: España.
 - Memorias del Taller de Pensamiento Cubano (1995). Ediciones Creart, La Habana. Cuba.
 - Molina, E. (2001). Vicisitudes del método de Investigación en la Historia del Pensamiento Económico en Cuba. Revista Economía y Desarrollo, 2, junio-diciembre.
 - Muñoz, R. y Quiroz, J. (1992). El Pensamiento Económico Cubano: una necesidad. Revista Cuba Económica, 4, abril-septiembre.
 - Myrdal, G. (1980). Contra la Corriente. Editorial Ariel, Madrid: España.
 - Palazuelos, E. (s/f). Contenido y método de la economía. Ediciones Akal S.A., Madrid: España.
 - Screpanti, E. y Stefano Z. (1997). Panorama de la Historia del Pensamiento Económico. Editorial Ariel, Madrid: España.
 - Shumpeter, J. (1994). Historia del análisis económico. Editorial Ariel, Barcelona: España.

011. LA CORPORACIÓN GRUPO SALINAS: UNA INNOVACIÓN SOCIAL COOPERATIVA HACIA EL DESARROLLO LOCAL.

Autoras:

Econ. Karina García Reyes, MSc.

Economista, Magister en Docencia y Gerencia en Educación Superior, Doctorando en Administración de Empresas UCA Argentina, Docente Titular – Investigadora del Instituto de Investigaciones Económicas y Políticas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Guayaquil. Mail: karina.garcia@ug.edu.ec

Econ. Viviana Sacoto Castillo, MSc.

Economista con Mención en Gestión Empresarial, Magister en Docencia y Gerencia en Educación Superior, Magister en Economía con mención en Finanzas y Proyectos Corporativos, Docente Titular de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Guayaquil. Mail: viviana.sacotoc@ug.edu.ec

Resumen

El estudio se presenta como un avance inicial del proyecto de investigación denominado “Modelo conceptual de desarrollo local en localidades con formas de organización cooperativa en Salinas”, desarrollado en Salinas de Tomabela, Provincia de Bolívar, cuyo objetivo es “construir un modelo conceptual para el ordenamiento territorial de comunidades poblacionales marginadas del Ecuador, incorporando como determinante básica las relaciones de propiedad del suelo y los medios de producción”. El enfoque del proyecto de investigación es de tipo mixto, presentando un alcance “exploratorio-descriptivo”, ya que busca identificar la percepción que tienen los actores fundadores de los emprendimientos que se han desarrollado bajo la Corporación Grupo Salinas, y es de “tipo exploratorio” porque hasta la actualidad no se ha identificado un modelo de desarrollo teórico. Se aplicaron entrevistas a los actores fundadores del sistema cooperativo, así como también la técnica de la observación, con lo cual se caracterizó las actividades económicas relevantes para la población. El estudio se basa en un esquema práctico, sustentado en lo social y solidario que surge como respuesta a las necesidades de la población y define las variables en concordancia a la importancia del movimiento cooperativo en el Ecuador, y cómo la estructura de la matriz productiva del Grupo Salinas ha sido lograda bajo la integración económica, social y solidaria. Finalmente, se presentan los primeros resultados obtenidos en relación a los emprendimientos alternativos y se abordará un breve avance de la sistematización y caracterización de la población actividades económicas.

Palabras clave:

Cooperativismo, Desarrollo Local, Economía Social, capitalismo, innovación social.

I. Introducción

Los ciclos económicos o conocidos también como fluctuaciones cíclicas de las actividades económicas presentan oscilaciones entre expansiones o contracciones que evidencian la situación de la economía en un momento determinado, siendo así que pueden presentarse épocas de crecimiento o crisis en los países. El mercado y los procesos sociales de producción de bienes y servicios pueden en ciertos momentos mostrar desequilibrios, los mismos que ocasionan que la forma tradicional de producir y distribuir la riqueza resulte en ciertos casos ineficiente. Tales sistemas pudieron haber conducido en términos generales, a la concentración de la riqueza en pocas manos, es decir, si el desarrollo se midiera por los niveles de renta, se podría mencionar que el desarrollo pudiera haberse concentrado en un pequeño número de empresarios, en función de la lógica del mercado la maximización de los ingresos y la minimización de los costos, afectando principalmente al factor productivo “trabajo”, y en ciertos casos causando elevados niveles de desempleo.

El modelo tradicional, entre otras cosas propone el libre mercado, donde se asume que en la búsqueda de beneficios individuales cada uno de los agentes económicos (consumidores y productores) llegan a acuerdos, logrando resultados favorables para el conjunto de la economía, sin embargo en la práctica no necesariamente se cumple dicho principio, por la presencia de los denominados “fallos de mercado”. En tal contexto, podrían plantearse las siguientes interrogantes

¿dónde está el pleno empleo?, ¿cómo las familias pueden subsistir sin percibir recursos acordes a sus necesidades básicas?, una posible solución a estas interrogantes se podría dar por medio de la intervención del Estado a través de la aplicación de políticas de regulación. En cada momento de crisis económica, el gobierno y la sociedad en su conjunto se preguntan si puede existir un sistema económico que la aleje de este escenario, y que la población no reciba únicamente una contribución temporal, sino que sean acciones que permitan permanecer con bienestar de forma sostenida. Una alternativa es el fomento de emprendimientos colectivos o prestación de fuerza de trabajo, que les proporcionen ingresos que conduzcan a satisfacer sus necesidades a través del tiempo. De ahí es necesario el estudio o la puesta en práctica de otra propuesta o alternativa de producción.

En este contexto, la economía social y solidaria aparece como una economía alternativa, denominada economía del tercer sector, cuyo sustento principalmente

es colocar al ser humano por encima del capital, un sistema económico donde se reconoce al trabajo como el eje central, teniendo como principio la satisfacción de las necesidades de toda la comunidad (necesidades que se encuentran preestablecidas como legítimas por la sociedad). Donde cada uno de los individuos posea un grado de reciprocidad, de tal manera que, le preocupa el otro sin que esto le genere un beneficio inmediato. Las economías sociales y solidarias o esquemas alternativos de producción están basados en la lógica cooperativa o asociativa y se han convertido últimamente en términos recién difundidos por todo el mundo; sin embargo, en la práctica son actividades que se han venido implementando durante varios siglos, es decir, las distintas formas de organizar la producción, generar y distribuir la riqueza basadas en la generación de emprendimientos familiares, el desarrollo de cooperativas, asociaciones de producción y de consumo. Esta nueva economía no es autárquica, ni funciona sola, ni es aislada o apartada de la economía del capital y la economía pública; más bien necesita de ellas, es decir es complementaria o paralela, es una propuesta que recupera lo social, el carácter humano, la vida colectiva y el ámbito de comunidad que tiene cualquier proceso económico.

El estudio se presenta como un avance inicial del proyecto de investigación denominado “Modelo conceptual de desarrollo local en localidades con formas de organización cooperativa en Salinas”, desarrollado en Salinas de Tomabela, Provincia de Bolívar, cuyo objetivo es “construir un modelo conceptual para el ordenamiento territorial de comunidades poblacionales marginadas del Ecuador, incorporando como determinante básica las relaciones de propiedad del suelo y los medios de producción”. Finalmente, se presentan los primeros resultados obtenidos en relación a los emprendimientos alternativos y se abordará un breve avance de la sistematización y caracterización de la población y sus actividades económicas.

II. Desarrollo

Una aproximación teórica del cooperativismo como innovación social y su aporte al Desarrollo Local

Joseph Schumpeter, en su obra *Capitalismo, Socialismo y Democracia* (1976), menciona a la “innovación como causa del desarrollo”, afirma que en las empresas la estructura económica desde dentro, incesantemente destruirá las viejas formas propiciando nuevas formas para hacer las cosas. Christensen (1997), Escorsa y Valls (2003), han realizado aportes con respecto a la innovación social definiéndola como propuesta que se genera a partir del estudio sistemático de las necesidades, sean éstas personales o grupales, estos autores también señalan a la innovación como un elemento clave de la competitividad de una empresa, es decir, *“innovar es utilizar el conocimiento y generarlo si es necesario, para crear productos, servicios o procesos que son nuevos para la empresa, o mejorar los ya existentes, consiguiendo con ello tener éxito en el mercado”* (p.122). Utilizando como referencia a Schumpeter, Escorsa y Valls, se podría definir a la innovación social como el proceso de cambio y transformación que conduce al desarrollo y crecimiento, que es lo que permite mantener a las empresas (comunidades) sus niveles de ingresos y mejorar su calidad de vida, la innovación es esencial dentro de cualquier sistema de producción. Tomando como referencia estas definiciones se podría clasificar a los emprendimientos cooperativos solidarios como un proceso de innovación social para propiciar el desarrollo de estas localidades.

Las formas de producción cooperativa se han realizado originalmente en comunidades, en su mayoría rurales o de escasos recursos con el objetivo de obtener o generar algún tipo de ingreso, debido a que el mercado resulta en ciertos momentos ineficaz en la asignación de recursos, debido a los denominados “fallos de mercado”. Para el desarrollo de estas economías es necesaria una institucionalización de normas que regirán la conducta de los agentes económicos participantes, tratando de alcanzar los objetivos sociales y solidarios, como por ejemplo: el enriquecimiento limitado, condicionado por la situación económica de la sociedad; principios recíprocos de ayuda mutua y colaboración, complementado por donaciones, entre otros. Karl Polanyi en su obra “*La Gran Transformación*” plantea cinco bases o principios sobre los cuales debe estar dirigida la economía social, a continuación se consolida cada principio en:

- Principio del oikos (economía de la casa): se basa principalmente en atender las necesidades propias con los recursos disponibles. Como ejemplo puede citarse a la soberanía alimentaria, las personas no dependen de las condiciones que quiere imponer el mercado, fluctuaciones de precios o problemas del mercado financiero para solventar la demanda de alimentos interna.
- Reciprocidad: principio que indica la ayuda desinteresada de una persona con otra.

- Redistribución: los excedentes son recaudados y distribuidos procurando el beneficio de la comunidad, también cierto porcentaje es almacenado para cubrir gastos en caso de catástrofe o circunstancias que pongan en peligro la integridad de la comunidad.
- Intercambio: La producción obtenida o el trabajo disponible es enviado al mercado para su comercialización, los precios se establecen por la fuerza de la oferta y la demanda. El dinero servirá como medio de dicho intercambio.
- Plan: La planificación de cómo, cuándo, dónde y en qué circunstancias producir es indispensable también para el desarrollo de una economía.

Es importante precisar que la economía social es diferente al sector informal, este último aparece como una expresión de una economía popular fragmentaria, de trabajadores autónomos o de emprendimientos familiares o no familiares con indicadores de baja productividad, baja dotación de capital y poco acceso al crédito, sin capacidad de cálculo económico, con bajo costo monetario por puesto de trabajo, baja competitividad frente a la producción de la empresa moderna, al margen de la normativa legal, entre otras (Coraggio, 2002).

Estas diferencias denotan el amplio potencial de la “nueva” economía con respecto al informalismo, sin embargo, esto no quiere decir que este sector no pueda ser transformado e inmerso en la economía social y solidaria, para ello dicho sector requiere acogerse a los principios y normas preestablecidos anteriormente en este documento.

El concepto de economía social y solidaria ha evolucionado a lo largo de los años, inició como el estudio de la economía popular, en este caso se la entendía como una derivación del sistema capitalista, posteriormente, se agrega al estudio de ésta las características de “urbana” denotando características específicas propias de los agentes urbanos, de ahí es denominada “economía del trabajo”, donde se hace mucho más énfasis en la fuerza de trabajo, y en su carácter independiente a la economía del capital y la economía pública. Se la menciona también como la “economía del tercer sector”, la cual específica que el fin que se persigue es resolver las necesidades locales sin tener en cuenta el mercado ni el Estado.

La economía social y solidaria se plantea como una vía alternativa propuesta para contrarrestar los denominados “fallos de mercado”, y en algunos países hay ejemplos que han demostrado que esto sí es posible. Salinas de Guaranda, Otavalo en Ecuador, Villa el Salvador en Lima, Central de Trabajadores en Brasil, entre otros emprendimientos, asociaciones, redes y cooperativas que ofrecen vías alternativas bajo las prácticas que se presentan en este estudio.

El sistema cooperativo en el contexto ecuatoriano

En América Latina se originó el sistema cooperativo en la época precolombina las comunidades más representativas fueron los Chibchas, los Incas y los Aztecas, en donde las modalidades de cooperación más sobresalientes fueron las mingas, Ayni, Juntas, Tequio, Mita, Cayapa, cambia manos, Ruadi, entre otras. Muchas de estas modalidades de cooperación han permanecido en la región implementadas aún por las comunidades indígenas, sin embargo, la historia del cooperativismo en el Ecuador se distingue en tres etapas; la primera es la etapa mutua que duró hasta principios del siglo XX, la segunda se dio con la creación de la Ley de Cooperativas decretada por Alberto Enríquez Gallo (primera intervención del Estado), y la tercera se impulsó con la segunda Ley de Cooperativas decretada por Clemente Yerovi, en la cual el Estado se comprometía con la promoción de créditos para el fomento y desarrollo de éste.

La primera cooperativa del país era la denominada “Sociedad Protectora del Obrero”, situada en la Ciudad de Guayaquil fundada en 1919, que promovió el cooperativismo, siendo así que para el año de 1939 existían 39 cooperativas, en 1959 se totalizaron 440, en 1985 se incrementó el número de cooperativas a 5.344, y hasta la nueva constitución existían en el país un total de 5.422 cooperativas.

Bajo ese contexto en la Constitución Política del Ecuador (2008) se muestra interés de reconocer un nuevo régimen de acumulación que ya existía en el Ecuador. El actual texto constitucional, establece que el sistema económico de Ecuador es social y solidario; “reconoce al ser humano como sujeto y fin, propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene el objetivo de garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales inmatrimoniales que posibiliten el buen vivir” (Asamblea Nacional Constituyente , 2008, pág. 140).

Como se presenta en el artículo 311 de la Constitución de la República del Ecuador (2008), el sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro y que las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria (p. 148).

La Economía Solidaria es un sector amplio en el Ecuador existen 5,3 millones de socios de 8.373 organizaciones en este segmento, 7.401 están integrados en asociaciones, cooperativas de economía popular y solidaria, organismos de integración y comunitarios. Allí se encuentran comunidades campesinas, grupos de artesanos y pequeños productores. Existen 3548 cooperativas de las cuales 972 son Cooperativas de Ahorro y Crédito y la diferencia pertenece al sector no financiero, además existen 4.000 asociaciones que realizan actividades económicas. Las Cooperativas no financieras del Ecuador, del área de servicios, son las más representativas con un 73.18% de participación, siendo las del servicio de transporte las que lideran, mientras que en el área de producción son las asociaciones más representativas con una participación del 76%, siendo las asociaciones de pesca las principales. Las cooperativas de Ahorro y crédito se encuentran concentradas en la Región Sierra centro, siendo las provincias de Bolívar, Cotopaxi, Chimborazo, Loja y Tungurahua donde existe mayor concentración, es importante resaltar que estas cooperativas son el motor del sistema cooperativo no financiero y han contribuido a el financiamiento de nuevos emprendimientos productivos por lo tanto de la creación de nuevas plazas de empleo en el país. En el 2015 la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria contabilizó 4.781 asociaciones, 3.548 cooperativas de economía popular y solidaria (2.576 cooperativas no financieras y 972 cooperativas de ahorro y crédito) y 40 organismos de integración y comunitarios. Actualmente, las cooperativas de ahorro y crédito representan el 19.3% de todas las cooperativas a nivel nacional y poseen el 14.3% de la cartera total del país. Es entonces de vital importancia prestar atención a las organizaciones que la conforman, el caso de esta investigación y por ser uno de los más antiguos referentes del cooperativismo este estudio comprende el análisis de la experiencia de la cooperativa “Salinerito”, emprendimiento productivo llevado a cabo en el Ecuador con más de 40 años de existencia.

Metodología del Estudio

El enfoque del proyecto de investigación es de tipo mixto, presentando un alcance “exploratorio-descriptivo”, ya que busca identificar la percepción que tienen los actores fundadores de los emprendimientos que se han desarrollado bajo la Corporación Grupo Salinas, y es de “tipo exploratorio” porque hasta la actualidad no se ha identificado un modelo de desarrollo teórico implementado en la comunidad de Salinas de Guaranda, generando con ello la necesidad de realizar un estudio a profundidad, y con ello beneficiar al conjunto de la población para planificaciones de mediano y largo plazo; así como también en las posibles réplicas en comunidades con similares características. Basa su desarrollo en la organización inicial de información de manera lógica y se operacionalizará por medio de la manipulación de las variables. Se plantea seleccionar por grupos de referencia a los miembros de la comunidad analizada, en donde se encuentren beneficiarios directos e indirectos.

Para iniciar el estudio se realizó una planificación previa de actividades de forma lógica, levantamiento de información para establecer la línea base y posteriormente se determinó la metodología a aplicarse, así como también objetivo general y específicos, fases, entre otros. La investigación se encuentra en ejecución y se compone de 7 fases las cuales se resumen principalmente en cuatro finalidades prioritarias, descritas a continuación: 1) descripción de los emprendimientos, 2) sistematización y caracterización de la población, actividades económicas, entre otros factores relevantes, 3) socialización de los factores relevantes que se han determinado, y; 4) construir un modelo conceptual de desarrollo para la comunidad y con ello dar cumplimiento al objetivo general de la investigación: “Construir un modelo conceptual para el desarrollo local basado en relaciones de producción de participación igualitaria y cooperativa como agentes de transformación socio económico y político para las comunidades marginadas del Ecuador”.

La ejecución de la investigación se inició con un proceso de sensibilización a los directivos de las organizaciones que conforman la corporación con el propósito de presentar el proyecto y los beneficios que el mismo representa para las organizaciones. Posteriormente, se realizó la visita in situ con los involucrados en el trabajo de campo. Para el levantamiento de información inicial se efectuaron entrevistas semi-estructuradas, elaboradas en función de los trabajos que se han realizado sobre otros casos de cooperativas en el Ecuador y en el mundo, casos que fueron obtenidos mediante la revisión documental previa a la visita al sector. La entrevista estaba conformada por 10 enunciados relacionados con el proceso de creación de la primera cooperativa en el sector y el grado de aceptación de la comunidad indígena, la forma de organización de la producción, la aplicación y generación de conocimiento por los sacerdotes pioneros, el aprovechamiento de los saberes ancestrales desde la creación de la primera cooperativa, la formas de empleo, la distribución de las ganancias, la estructura de las organizaciones, y el cambio que se percibe desde que inició este emprendimiento. Para la aplicación de dicho cuestionario de entrevista se contó con la autorización de la presidenta de la corporación para la visita del equipo investigador.

III. Resultados y Discusión

El resultado de la investigación es parcial, puesto que aún se deben analizar otras características que influyen en el éxito o desarrollo sostenido de los emprendimientos. Al finalizar esta investigación sus resultados serán de interés para las organizaciones gubernamentales, lo habitantes de Salinas de Guaranda y otras comunidades que actualmente se orientan a replicar este sistema de producción.

El avance aproximado de la descripción de los emprendimientos ha sido del 60%, así como también se ha organizado el avance de levantamiento de información para la sistematización y caracterización de la población, actividades económicas, entre otros factores relevantes, encontrándose en el 20% de avance, actividad que se encuentra realizándose de forma simultánea a la anterior. Es importante mencionar que en el segundo levantamiento de información se ha logrado establecer relaciones investigativas con un miembro de la comunidad para el levantamiento de información que contribuya significativamente en el desarrollo del estudio. A continuación, se presentan los principales resultados obtenidos como un primer avance, tanto de los histórico como de la evolución que han tenido las prácticas de asociatividad.

Experiencia Salinera “Corporación Grupo Salinas” (40 años)

En el Ecuador actualmente han existido cambios que han permitido desarrollar nuevos emprendimientos cooperativos que funcionan paralelamente a los desarrollados por la empresa privada y pública, existen también emprendimientos cooperativos que han iniciado hace algunos años, como es el caso del Jardín Azuayo, Cooperativa de Ahorro y crédito JEP, y otros igual de importantes como el llevado a cabo en la Provincia de Bolívar, en la Parroquia Salinas perteneciente al Cantón Guaranda, denominado actualmente “Corporación Grupo Salinas”.

Salinas es una parroquia rural del cantón, fundada por José María Placido Caamaño, en 1884, está situada a 3600 metros sobre el nivel del mar. Según el Censo de Población y Vivienda (2010) realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, posee una población total de 5.821 habitantes, el 79% de la población recibe ingresos promedio mensuales inferiores a \$500 dólares, entre las actividades económicas que se realizan en esta parroquia, una de gran relevancia es la agropecuaria.

Históricamente, los indios Tomabelas conformaban la población originaria de Salinas, estos fueron desplazados por una familia terrateniente de Apellido Cordovéz, los habitantes eran explotados y se dedicaban entre otras actividades, a la extracción de las minas de Sal, a la cual este sector debe su nombre, durante varios años la población de Salinas, a partir de los años 70 con la consolidación de la economía de la solidaridad propuesto por la iglesia católica, llegó el Monseñor Cándido Rada a otra parroquia de la Provincia de Bolívar (Simiatug) éste organizó

varias charlas para motivar a la población al mejoramiento de su calidad de vida, charlas a las que asistieron varios representantes de Salinas.

La llegada del Monseñor Cándido Rada también atrajo a otros representantes de la iglesia, a ONG's al Sector, y a un grupo de voluntarios italianos quienes, posteriormente, se trasladaron a Salinas, aquí es donde surge la figura del Padre Antonio Polo, sacerdote salesiano, quien llegó con la idea de realizar una tesis para sus estudios de Sociología, él funda la Cooperativa de Ahorro y Crédito Salinas Ltda., Cooperativa que inició con 15 socios, y que obtenían sus capitales de la explotación de las minas de sal, quienes tenían habían comprado las tierras.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito permitió dar paso a la generación de nuevos emprendimientos productivos, en 1974 se crea TEXAL, cooperativa dedicada a la producción de tejidos, en 1977 la panadería, simultáneamente el número de socios de la Cooperativa de Ahorro Crédito creció a 450 socios en 1976, ésta incentivó el ahorro familiar, la reinversión de las utilidades en la población. En 1978, se crea la primera quesería y el criadero de cerdos y cuyes, la quesería nace de la optimización de los recursos y aprovechamiento de las potencialidades de los habitantes y de los voluntarios, quienes capacitaron a los habitantes en la producción de quesos. Debido al crecimiento de las cooperativas (queseras comunitarias) en comunidades lejanas, se vieron en la necesidad en 1982 de crear la "Unión de Organizaciones Campesinas de Salinas", cuya finalidad era dar seguimiento a las cooperativas creadas, para 1988 se crea la Fundación de Organizaciones Campesinas de Salinas (FUNORSAL), como organización encargada de la coordinación de las Cooperativas y del desarrollo comunitario.

Las actividades productivas continuaron incrementándose en las comunidades aledañas a Salinas y dentro del casco parroquial, se inicia la producción de hongos secos (1985), la carpintería (1986) y la hilandería (1987), las actividades turísticas en el cantón aumentaron debido a la llegada de varios voluntarios al sector con ello se hizo necesaria la creación del hotel "El Refugio" (1992). En 1992, las actividades productivas dieron pasos agigantados, surge "Confites el Salinerito" por lo que debido a la diversidad de productos se hizo necesaria la creación de la Unidad de Comercialización Nacional (CONA).

Los aceites esenciales y la chocolatería se fundan en 1996, los productos de Salinas recibieron apoyo de voluntarios que al retornar a sus países de origen demandaron sus productos, especialmente, quesos y chocolates, es así que surge la necesidad de la creación del Centro de Exportaciones (2003). Entre otros emprendimientos están la escuela de arte y la Radio El Salinerito (2007).

Todas estas actividades o emprendimientos llevan 40 años, pero es en el 2006 que se consolidan jurídicamente en el denominado “Grupo Salinas” corporación que agrupa 6 organizaciones: 2 Cooperativas (Cooperativa de Ahorro y Crédito Salinas Ltda. y la Cooperativa de Producción Agropecuaria “El Salinerito”), 1 asociación de desarrollo social de artesanas y 3 fundaciones (Fundación Grupo Juvenil Salinas, Fundación de Organizaciones Campesinas de Salinas, Fundación Familia Salesiana).

Análisis histórico de los cambios presentados como resultado de la implementación de la Corporación Grupo Salinas

Al realizar un análisis histórico preliminar de los datos obtenidos por medio de encuestas y entrevistas, se ha evidenciado en el levantamiento y consolidación de información que existen cambios como consecuencia de las actividades realizadas en la Corporación Grupo Salinas, como actualmente se la conoce. A continuación, se presenta una tabla en donde se resumen los principales ámbitos analizados:

Tabla 1.

Indicadores Demográficos, Sociales y Económicos de Salinas de Guaranda

Ambito	Indicadores	Resultados	
1. Demográfico- Social	Tasa de Crecimiento de la población	18.19% Mujeres 19,13%	
	1.1 Estructura de la Población	Hombres: 15,91%	
		Tasa de crecimiento poblacional por sexo	
		Población Económicamente Activa	60.11%
		Tasa de Analfabetismo	18%
	1.2 Educación	Participación de la población en Estudios Universitarios de 3er y 4to nivel	6%
1.3 Programas de asistencia social	Número de Centros de atención al Adulto mayor Programas a la Juventud Salinera (turismo)	2	
2. Económico	2.1 Actividades Principales	Número de cabeza de Ganado (Vacuno, equino y cámelidos)	4.917 cabezas de ganado vacuno 1.030 cabezas de ganado equino 961 camélidos
	2.2 Ingresos	% de participación del emprendimiento "Confites"	14%
		% de participación del emprendimiento "Texsal"	1%
		% de participación del emprendimiento "Hialnderia"	3%
		% de participación del emprendimiento "Embutidos"	6%
		% de participación del emprendimiento COACSAL Cía. Ltda.	10%
		% de participación del emprendimiento "Queseras"	55%
		% de participación del emprendimiento "Otros"	11%
	2.3 Emprendimientos Estrella	Número de emprendimientos: Queseras, Confites, Aceites Esenciales, Embutidos (70 emprendimientos agroindustriales, 36 de servicios)	106
		Número de beneficiarios (directos e indirectos)	8457
2.4 Empleo			

Notas: En el Ámbito: "Demográfico – Social", se han considerado los Censos de Población y Vivienda 1990 y 2010 para los Indicadores 1.1 y 1., para el indicador 1.3 y todos los correspondientes al Ámbito 2 "Económico", se han considerado los datos al año 2015.

Fuente: INEC y Entrevistas a los directivos de la comunidad

Elaboración: Las Autoras

Estas organizaciones y la forma de distribución o sistema de reinversión de las utilidades han impulsado los siguientes cambios:

- A nivel demográfico: según datos del Censo de población y vivienda de 1990 y del 2010, la población en Salinas ha crecido en un 18,19%, incremento que se debe considerablemente al aumento de la población de mujeres en 19,13% y la población de hombres en 15,91%. La población económicamente activa representa el 60,11% de la población total, lo cual se debe entre otras cosas al mayor acceso a la educación superior de la

población que subió 6 puntos porcentuales en comparación con los datos registrados en 1990.

- Nivel de económico: en la parroquia Salinas existen alrededor de 4.917 cabezas de ganado vacuno, 1.030 cabezas de ganado equino, 961 camélidos, la actividad industrial la componen 70 empresas agroindustriales, 36 de servicios. La actividad pecuaria genera dos tipos de producción estos son la producción de leche y quesos que brinda el 75% de fuentes de trabajo a las familias de Salinas y sus alrededores, además la producción de leche genera una facturación promedio anual de US\$ 1.8 millones de dólares y la de quesos US\$ 2 millones de dólares y la de confites 1.15 millones de dólares, siendo estos 3 emprendimientos los más representativos para la corporación.
- La actividad agroindustrial la conforma confites “el Salinerito”, quienes venden pasta de cacao y turrónes de miel, el tercer encadenamiento productivo lo conforma las granjas criadoras de cerdos y las plantas de embutidos. Los camélidos aportan la materia prima para la producción de lana el mismo que es aprovechado por la hilandería y la fábrica de tejidos. El grupo Salinas aprovecha la flora del sector, y con ella se elaboran muebles, aceites, hongos obtenidos de sus principales bosques.
- Los emprendimientos dan empleos directos e indirectos a 8.457 personas, las queseras son la mayor fuente de ingresos, estas generan 226 trabajos directos, y su producción genera en promedio el 55% de los ingresos del Grupo Salinas. Los Confites generan en promedio el 14%, Texsal el 1%, la hilandería el 3%, la planta de embutidos el 6%, la cooperativa de ahorro y crédito genera el 10% de los ingresos y el diferencial es producto de las unidades de comercialización. Es importante mencionar que la cooperativa de Ahorro y crédito Salinas Ltda., primer emprendiendo cooperativo, actualmente, cuenta con un aproximado de 4.012 socios y socias, y sus volúmenes de ahorro alcanzan los US\$ 4 millones de dólares.
- En lo social: Los excedentes de las cooperativas de producción están destinados a la ejecución de programas de fortalecimiento social, estos programas están destinados a mejorar las condiciones de vida de la población Salinera, a nivel de desarrollo local se pueden destacar los siguientes indicadores; la tasa de analfabetismo disminuyó del 57% en 1990 al 18%, según datos del censo de población y vivienda (2010). Además, se han construido 18 km de acceso vial, los jóvenes y niños tienen oportunidad de acceder a escuelas, colegios y universidades, los jóvenes que terminan la universidad tienden a escoger estudios de posgrado registrando para el 2010 un 6% de la población cursando sus estudios universitarios.

- En cuanto al empleo, el 75% de la población posee empleo directo o indirecto en los encadenamientos productivos, el 25% se encuentra en edad de trabajar o es adulto mayor. Los adultos mayores cuentan con un centro de asistencia al Adulto Mayor, éste se encuentra ubicado en la cabecera parroquial. Se ha invertido en la construcción de 3 centros de salud para los habitantes de Salinas, la vivienda para los habitantes oriundos del sector es propia, los migrantes (voluntarios, estudiantes, entre otros) alquilan, Salinas cuenta con los servicios básicos, sin embargo, en las comunidades más alejadas no se avanzado en materia de servicios básicos, dificultando principalmente la comunicación.

Es así, como el grupo Salinas se desarrolló como una innovación social propuesta por la iglesia católica y por los comuneros que han sido los principales promotores de su bienestar. Si bien es cierto hay avances sustanciales en esta comunidad, sin embargo, también se han presentado algunos problemas, entre ellos, el incremento de pequeñas empresas que aprovechan la ubicación geográfica para vender sus productos, las mismas que operan bajo las reglas del sistema de mercado, compitiendo principalmente con la agroindustria de confites, y en ciertos casos limitando su crecimiento en el mercado por el abaratamiento de los productos que las empresas competidoras realizan por la reducción de personal o de salarios.

Para la cooperativa de confites esta es una limitante puesto que uno de los principios cooperativos, es la defensa del empleo de la comunidad lo cual repercute en sus ingresos y por ende en las obras que se realizan con los excedentes de los emprendimientos.

Otro de los limitantes que se ha podido detectar durante la fase inicial de esta investigación es la constitución legal de los encadenamientos productivos, puesto que la producción de chocolates estaba a cargo de la Fundación Familia Salesiana y por las normativas vigentes las fundaciones pierden el rol de producción, lo cual incide en la redistribución de los excedentes de las cooperativas a las fundaciones, dificultando las obras que se realizan en favor de la comunidad, estas como otras características están siendo estudiadas dentro del proyecto modelo de desarrollo conceptual que se está realizando en la Universidad de Guayaquil.

IV. Conclusiones

Las cooperativas de ahorro y crédito representan el 19,3% de todas las cooperativas a nivel nacional, las COACS crecen a una tasa del 30% anual. Hay 2000 cooperativas de Ahorro y Crédito con 3.5 millones de socios que mueven 3 mil millones de dólares al año, abarcan el 43,3% de la cartera financiera nacional y obtuvieron ganancias en promedio los últimos 3 años por 45 millones de dólares.

Las Cooperativas de Producción a nivel nacional responden a emprendimientos productivos más pequeños y se han basado históricamente en el aprovechamiento de los saberes o conocimientos ancestrales.

Salinas ha aprovechado los recursos de su zona, a través de la organización social ha desarrollado múltiples encadenamientos productivos que aportan al empleo de sector. Los ejes principales de Salinas surgen como consecuencia de la actividad pecuaria, agrícola y agroindustrial, de estas actividades la quesera es una de las que ha presentado mayores niveles de desarrollo, sin embargo la actividad forestal producto de la agroindustria debe ser potenciada a través de inversión en maquinarias y tecnologías, en lo relacionado a la producción de confites se debe fortalecer la cadena de comercialización en el exterior para ampliar la salida de productos al mercado internacional.

En Salinas de Guaranda, el desarrollo de los emprendimientos productivos impulso la creación de la corporación del mismo nombre que la comunidad, las exportaciones de éstas están directamente relacionadas con los extranjeros que han realizado turismo en el sector, quienes demandan los productos de la comunidad cuando retornan a sus países de origen.

La demanda de los productos de Salinas de Guaranda ha impulsado el crecimiento de nuevos emprendimientos privados “no comunales”, por lo que actualmente la Corporación se vio en la necesidad de desarrollar cursos y aplicar la normativa de la Propiedad Intelectual, en defensa de la marca y de los logos de los productos que la misma distribuye.

La Texsal y la Hilandería han presentado problemas durante los últimos años debido al desplazamiento de los productos ecuatorianos del mercado motivado por el ingreso de productos textiles de origen peruano y colombiano que se abaratan en el mercado ecuatoriano por la apreciación del dólar.

Las comunidades indígenas aledañas al casco parroquial participan activamente de los encadenamientos productivos, sin embargo, aún no han podido alcanzar los niveles de desarrollo logrados en Salinas.

Referencias Bibliográficas

- Almendariz, N., & Castillo, S. (2012). *Análisis de las herramientas de gestión que utilizan las Unidades Productivas Comunitarias en la parroquia Salinas de la provincia Bolívar*. Salinas.
- Asamblea Nacional Constituyente . (2008). *Constitución Económica y Política del Ecuador*. Montecristi.
- Cadena, M., & Boada, J. (1998). *Las queserías rurales del Ecuador: Trabajo de campesinos*. Quito: Fondo Populorum Progresso.
- Coque, M. (2002). Las Cooperativas en América Latina: Visión histórica general y comentario de algunos países tipo . *CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, Número 43.
- Coraggio , J. (2007). *La economía Social desde la periferia* . Buenos Aires: Contribuciones Latinoamericanas.
- Coraggio , J. (2009). *¿Qué es lo económico?* Buenos Aires: CICCUS.
- Coraggio , J. (2009). *La cuestión del desarrollo de la Economía Popular y Solidaria en el marco del régimen de la acumulación* . Buenos Aires: Documentos de Trabajo.
- Coraggio, J. L. (1999). Política Social y economía del trabajo: Alternativas a la política neoliberal para la ciudad.
- Coraggio, J. L. (2002). De la redistribución del ingreso al desarrollo de una Economía Social. *Políticas sociales, laborales y distribución del ingreso*, (pág. 3). Buenos Aires.
- Coraggio, J. L. (2006). Distribución de la riqueza y la asociación público-privada en la economía social., (pág. 1). Buenos Aires.
- Da Ros, G. (2007). *El movimiento cooperativo en el Ecuador. Visión histórica, situación actual y perspectivas*. Quito: UniRcoop.
- García R, K. (Noviembre de 2015). LA INNOVACIÓN COMO ESTRATEGIA DE LA INDUSTRIA TEXTIL “TRANSFORMANDO PARA SUBSISTIR”: UNA ALTERNATIVA PARA EL ECUADOR. (eumet, Ed.) *Tlatemoani*(20), 122-140.
- Gonzalez, L. (2003). *El Estudio de las empresas Comunitarias de Salinas de Bolívar*. Ecuador: Estudio de Caso.
- Gruppo Salinas. (2009). *Cuatro décadas de caminar en Solidaridad, promoviendo el desarrollo Comunitario*. Salinas - Guaranda: Pueblo de economía solidaria. .

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos . (2010). *Censo de Población y Vivienda*.
Guayaquil: www.inec.gob.ec.

Junta Parroquial Rural de Salinas 2009-2020. (2009). *Plan Estratégico de Desarrollo de la parroquia Salinas de Guaranda*,. Salinas.

Laville, J. (2009). *Solidaridad*. Buenos Aires: CLACSO/ ALTAMIRA.

Naranjo , E. (2009). Análisis de la evolución histórico - cultural del proyecto de desarrollo comunitario en la parroquia Salinas de la Provincia de Bolívar. *Revista Politécnica* , 118-124.

012. ADAPTACIÓN DE MÉTODOS DE VALORACIÓN ECONÓMICA DE PATRIMONIOS CULTURALES Y NATURALES A LAS ÁREAS PROTEGIDAS – CASO: TURISMO EN ECUADOR.

Autores:

Econ. Viviana Sacoto C.

Economista con Mención en Gestión Empresarial, Magister en Docencia y Gerencia en Educación Superior, Magister en Economía con mención en Finanzas y Proyectos Corporativos, Docente Titular de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Guayaquil. mail: viviana.sacotoc@ug.edu.ec

Econ. Nory Viña Palomino

Economista, Magister en Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior, Docente

Titular de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Guayaquil.

mail:

nory.vinap@ug.edu.ec

Resumen

El Ecuador históricamente ha sido considerado un país agroexportador, lo que ha permitido en cierta medida generar fuentes de ingresos para su economía, sin embargo, tiene la oportunidad de potencializar algunos sectores, además de la producción de bienes, surgiendo como alternativa el turismo por la ubicación geográfica del país, patrimonio natural y cultural que posee. De acuerdo a datos publicados por la OMT (2014), se estima que el 10% del PIB mundial proviene del turismo, lo que evidencia que podría surgir una alternativa de crecimiento en la economía, contemplando prácticas amigables con el medio ambiente. El objetivo de la investigación es determinar los factores relevantes que influyen en la valoración económica de proyectos relacionados con patrimonio natural y cultural en el Ecuador, para ello se utiliza la observación y análisis de diversos casos de estudio. Analizando aspectos teóricos se determinará el método adecuado de cuantificación económica del patrimonio. La investigación se basa en una revisión documental de diversos libros, artículos de revistas científicas, bases estadísticas de instituciones públicas. La investigación se encuentra en una fase inicial de planificación, se plantearán los métodos de valoración y una metodología preliminar de aplicación, entre ellas: entrevistas y encuestas aplicadas a involucrados de las Zonas 5 y 8, dando prioridad a las zonas costeras que se encuentren comprendidas dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. La investigación se compone de: un breve análisis histórico del turismo y su contribución económica en el Ecuador, métodos de valoración económica, metodología, y finalmente las conclusiones.

Palabras Claves:

Turismo – Valoración económica – Patrimonio natural – Patrimonio cultural - Ecosistemas

I. Introducción

Ecuador históricamente ha basado su economía en la producción de bienes de tipo primario, lo que lo ha calificado como un país agroexportador, y a su vez ha limitado sus niveles de crecimiento a la relación existente entre la producción de bienes y su limitado valor agregado. La producción y exportación de Ecuador representa la materia prima para otros países del mundo; paradójicamente el país adquiere los bienes finales en forma de importación, por su poco nivel de industrialización.

En ese orden de ideas, Ecuador ha tenido épocas muy favorables en las cuales el cacao, banano y petróleo han representado ingresos importantes para una economía en vías de desarrollo. Sin embargo, no se ha logrado potencializar los sectores productivos que integren un mayor valor agregado e inversión en equipos y tecnología que aporten a la producción y posterior exportación de bienes. La Transformación de la Matriz Productiva, enfocada en la diversificación de bienes, generación de productos industrializados, potencializar las exportaciones y sustitución de importaciones; se ha tratado de mejorar la situación de la economía ecuatoriana y más aún si nos referimos a una economía dolarizada, en donde se necesita un fortalecido nivel de producción para abastecer el mercado nacional y para lograr exportar y consigo atraer divisas a la economía.

Una fuente potencial de ingresos se puede lograr por medio del fomento de las exportaciones, pero también puede alcanzarse una mejora en el flujo de efectivo en la economía por medio del incentivo al turismo, porque con ello se logra grandes avances para el desarrollo sostenido en los países. La ubicación geográfica de Ecuador es uno de sus principales activos, pese a la evidente pérdida de competitividad en los últimos años, por la apreciación del dólar frente a otras monedas, existen muchos turistas en el mundo que tendrían incentivos de conocer la cultura ecuatoriana y sus ecosistemas, aun cuando su costo sea elevado frente a otros destinos.

En tal contexto, se presenta una vía alternativa de ingresos de divisas como resultado del turismo, pero los planes de desarrollo de esta industria deben estar en concordancia con el fortalecimiento del patrimonio cultural y natural, en aplicación de la normatividad del mantenimiento de ecosistemas y prácticas amigables con el medio ambiente. Las valoraciones de proyectos de tal magnitud requieren análisis especializados que permitan viabilizar y articular procesos que observen y apliquen todos los mecanismos necesarios para que se desarrolle el turismo y la conservación de patrimonios de diversa índole.

En el presente estudio se pretende abordar temas tales como: análisis histórico del turismo en el Ecuador y su contribución en el crecimiento económico, métodos e instrumentos de valoración económica, metodología y finalmente las conclusiones.

II. Desarrollo

Antecedentes históricos del Turismo en el Ecuador

Para toda economía uno de los fines más importantes es la generación de riquezas. Se entiende que la producción de bienes y servicios trae consigo la posibilidad de mejorar agregados económicos como el empleo y los niveles de inflación. Aunque por años las autoridades de muchas naciones han buscado mejorar la cantidad de bienes que pueden dejar a disposición de los consumidores, no es menos cierto que en las últimas décadas los servicios han desarrollado un mayor peso en la mejora de sus ingresos. Es así que una de las industrias que ha tomado relevancia es el turismo.

La Organización Mundial de Turismo (OMT, 2014), señala que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos. Establece que el 10 % del Producto Interno Bruto mundial proviene del turismo, 1 de cada 11 puestos de trabajo es generado por esta actividad, representando el 6 % del comercio internacional y el 30 % de exportaciones por servicios.

Las actividades relacionadas con turismo forman parte de aquellos servicios que han cambiado significativamente la estructura de muchas economías en el mundo. China, durante el año 2012, fue uno de los destinos más populares (más de 57 millones de visitas), junto con Egipto, Malasia, México, Tailandia y Turquía. La Organización Mundial de Turismo estima que para el año 2020, tres cuartas partes de las más de 1,5 mil millones de visitas turísticas se realizarán dentro de las mismas regiones geográficas. La cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30 % en el año 1980 al 45 % al año 2014 y se prevé que alcance el 57 % en el año 2030, lo que equivaldrá a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales. Los turistas gastaron US\$1 billón en el 2010. Cifras que dejan clara la participación que tiene este sector a nivel mundial.

Para Ecuador, la situación no es diferente, aunque ha dependido por años de sus recursos naturales, la principal fuente de ingresos ha provenido del petróleo y productos agrícolas en menor medida. El incremento de ventas de las exportaciones durante ciertas épocas en Ecuador, no han sido resultado de la gestión del Gobierno Central, más bien han sido producto de condiciones exógenas que los productores y exportadores han aprovechado en las distintas épocas de auge de los productos antes mencionados.

Al analizar las cifras relacionadas con el turismo en Ecuador, la participación del sector es del 5,3 % con respecto al PIB (World Travel and Tourism Council, 2014) y 1 de cada 20 puestos de trabajo es generado por esta actividad (INEC,

2014). El turismo con respecto a la exportación de servicios representa la tercera fuente de ingresos no petroleros con casi 1500 millones de dólares. La potencialidad en esta área es resaltada por el Foro Económico Mundial, el mismo que establece, que de 140 países Ecuador está dentro del 25 % con mayor potencial en esta industria. Los objetivos propuestos para el 2015 consistían en mejorar la calidad turística, para el 2018 convertir al turismo en la primera fuente de ingresos no petroleros y en el 2020 generar el doble de ingresos por este concepto.

Las cifras presentan una evolución positiva, por ejemplo, el gasto que realizaron los “no residentes” en Ecuador por concepto de turismo como porcentaje del PIB nacional asciende en promedio en el 2010 a 1,13 %, en el 2011 a 1,07%, en el 2012 a 1,18 %, en el 2013 a 1,32 %, en el 2014 a 1,44 % y en el 2015 1,54%. Si se analiza la balanza turística como proporción del PIB se observan datos alentadores para el turismo en el 2010 fue -0,11 %, para el 2011 fue de -0,09 %, en el 2012 0,11%, en el 2013 el porcentaje fue del 0,28 %, mientras que para el 2014 fue 0,46 % y en el 2015 fue 0,53 %.

La relación del turismo con respecto a la exportación de bienes en el año 2010 fue de 4,35 %, en el 2011 fue de 3,68 %, para el año 2012 fue de 4,24 %, en el año 2013 fue de 4,89 %, en el año 2014 fue de 5,63 % y para el año 2015 ascendió a 8,22 %. Si el turismo es analizado como porcentaje en relación a las remesas recibidas (una de las fuentes de ingresos externas más importantes para la economía ecuatoriana) la evolución es la siguiente: 30,39 % para el año 2010, 31,86 % para el año 2011, 42,11 % para el año 2012, 51,13 % para el año 2013, 60,48% para el año 2014 y 65,94 % para el año 2015.

En cuanto a oferta de trabajo, el turismo en el año 2010 generó 269.034 empleos, para el año 2011 generó 310.700, en el 2012 se emplearon 328.416, en el año 2013 alcanzó 354.485 empleos y para el año 2014 fue de 377.632. En porcentajes el sector turístico generó en el año 2010 el 4,4 % del total de empleos en la economía, el 4,9 % en el año 2011, el 5,1 % en el año 2012, el 5,3 % en el año 2013 y 5,5 % para el año 2014.

Para el año 2015, la mayor parte de los turistas que llegaron a Ecuador provenían de Colombia (24 % del total), Estados Unidos (17 % del total) y Perú (9 % del total), seguidos por turistas provenientes de Venezuela, España, Argentina, Chile, Cuba, Alemania y Canadá.

La evolución positiva de estas cifras no son casualidad y más bien nacen del sistema instaurado en Ecuador que incluye un marco legal que le sirve de soporte e instituciones que lo viabilizan. Y aunque su influencia se extiende a distintos ámbitos entre ellos político y social; el que será de nuestro interés es el económico. En la actualidad, se encuentra vigente el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. Este documento funciona como la hoja de ruta para Ecuador, todo análisis realizado dentro de los sectores productivos, deberá ser examinado en función de las intenciones del gobierno central con respecto a dicho sector. Sobre todo, porque a nivel económico, el documento antes mencionado, señala ciertos sectores denominados estratégicos, que servirían como punto de partida para el cambio de la matriz productiva, objetivo principal del gobierno actual.

Uno de los sectores de interés para la transformación de la matriz productiva es el turismo. Este planteamiento se encuentra incluido en el PNBV y se reafirma por medio del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador "Plandetur 2020", el mismo que busca potenciar en trece años un desarrollo sostenible integral con visión sectorial para un desarrollo humano en armonía con la naturaleza y con una base institucional sólida; para su diseño, se seleccionaron tres elementos fundamentales: 1) sostenibilidad, 2) competitividad y 3) fortalecimiento del marco legal e institucional.

El Plandetur 2020 establece el marco de acción para una de las industrias potenciales en Ecuador y representa el instrumento de planificación para los participantes de la misma. La posición geográfica de Ecuador, permite ofertar un sin número de opciones de tipo natural, que pueden atraer a cierto perfil de turista. Según, Sierra (1999) los cuatro mundos o regiones turísticas del Ecuador lo favorecen con la presencia de 46 ecosistemas en la parte continental: 16 en la Costa, 21 en la Sierra y 9 en la Amazonia, en los que se destacan los ecosistemas de manglar, sabanas, bosques secos y húmedos tropicales en la región Costa, paramos y bosques de neblina en la región Sierra; y vasto territorio de bosque tropical en la Amazonia que concentra el 80% de la biodiversidad del país, que se complementan con las características únicas de Galápagos. Estas y otras particularidades propias de Ecuador, han hecho que el país sea reconocido por su diversidad por distintos organismos internacionales tales como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y el Fondo Mundial para la Naturaleza.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO (1972) en la "Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural", en el artículo 1 y 2, estipula qué debe considerarse como patrimonio cultural y natural:

Tabla 1

Definición de Patrimonio Cultural y Natural

Patrimonio Cultural	Patrimonio Natural
<p>Los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.</p>	<p>Los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico.</p>
<p>Los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.</p>	<p>Las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies, animal y vegetal, amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico.</p>
<p>Los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas [sic], incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.</p>	<p>Los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural.</p>

Fuente: UNESCO (1972), "Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural"

En base a lo presentado por la UNESCO, como definición de patrimonio cultural y natural, se observa que el primero se compone principalmente de monumentos, conjuntos o lugares, en donde todos representen un valor o contribución universal para la historia el arte o la ciencia; y el patrimonio natural representa una contribución desde la perspectiva de estética o científica, clasificándose principalmente en monumentos naturales, formaciones geológicas y fisiográficas y lugares que alberguen especies animales y vegetales.

La identificación del Patrimonio Cultural y Natural en los países es el punto de partida para planificar el fortalecimiento de tales bienes que aportarían significativamente a la identidad nacional y al desarrollo del turismo. El turismo al que se enfoca el presente estudio es a un turismo sostenible y sustentable a través del tiempo en donde se observen y apliquen las normas ambientales para que la práctica turística no derive en un decremento del patrimonio que posee el país. Las instituciones públicas que vigilan que el turismo se desarrolle en óptimas condiciones, han diseñado planes, siendo así que la UNESCO publica en su página oficial sobre los bienes culturales de países de Latinoamérica, registra que en el Ecuador se han realizado estudios de revitalización de centros históricos de América Latina y sobre la estrategia de lucha contra el tráfico ilícito de bienes culturales; así como también que se encuentran registrados dos Patrimonios Culturales reconocidos a nivel mundial.

Sin embargo, existen lugares dentro del país, que ya sea por sus especies, flora y fauna, sobresalen por su ecosistema irreplicable y frágil, razón por la cual han sido clasificados por las autoridades pertinentes dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. De acuerdo a lo presentado por el Ministerio del Ambiente de Ecuador (2006), con respecto al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, se clasifican los espacios naturales de los ecosistemas en las diferentes áreas: terrestre, marina y costera, así como también de los recursos culturales.

El Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) es el conjunto de áreas naturales protegidas que garantizan la cobertura y conectividad de ecosistemas importantes en los niveles terrestre, marino y costero marino, de sus recursos culturales y de las principales fuentes hídricas (párr. 3).

El sistema se categoriza de la siguiente manera: Parques Nacionales (Galápagos, Machalilla, Cayambe Coca, Cotopaxi, Llangates, Sangay, El Cajas, Podocarpus, Yacuri, Sumaco-Napo-Galeras, Yasuní), Reservas marinas (Galera San Francisco, El Pelado, Galápagos), Reservas ecológicas (Manglares Cayapas Mataje, Mache Chindul, Manglares Churute, Arenillas, El Ángel, Cotacachi, Cayapas, Antisana, Los Illinizas, Cofán Bermejo), Reserva Biológica (Limoncocha, El Cóndor, El Quimi, Cerro El Plateado, Colonso Chalupas), Reservas de Producción de Flora y Fauna (Puntilla de Santa Elena, Manglares El Salado, Chimborazo, Cuyabeno), Refugios de vida silvestre (La Chiquita, Estuario de río Esmeraldas, Estuario de Río Muisne, El Pambilar, Isla Corazón y Fragatas, Marino Costera Pacoche, El Zarza, Manglares El Moro, Isla Santa Clara, Pasochoa), Áreas Naturales de Recreación (Playas de Villamil, Parque Lago, Los Samanes, Isla Santay, El Boliche, Quimsacocha), Reserva geobotánica (Pululahua).

Como queda demostrado, la riqueza natural de Ecuador se extiende a lo largo de todo el territorio, la misma que puede ser compartida por medio del turismo. Esta relación, presenta entre otras consideraciones, la necesidad de valorar de forma económica lo que implica mantener esos singulares recursos en el tiempo, desde el manejo del agua, preservación de especies y de la riqueza que se podría encontrar en el mar y en el suelo. Con lo cual se abriría una posibilidad de estudio enfocada en el turismo y la riqueza de los recursos naturales.

Métodos de Valoración Económica de Patrimonio Natural y Cultural

Es importante plantear el objetivo de la investigación para establecer el método de valoración económico adecuado que responda efectivamente al objetivo. El propósito de la primera fase de investigación es: determinar los factores relevantes que influyen en la valoración económica de proyectos relacionados con patrimonio natural y cultural en el Ecuador, para alcanzarlo se utiliza la observación y análisis de diversos casos de estudio, se realiza también una presentación de planteamientos teóricos para determinar el métodos e instrumentos adecuados de cuantificación económica del patrimonio.

Al iniciar el análisis de los métodos de valoración económica es importante, precisar su definición. Existen diversos conceptos de valoración económica, sin embargo, en el presente estudio se coincide con lo expresado por el Ministerio de Ambiente de Perú (2015), “Es una herramienta que se utiliza para cuantificar, en términos monetarios, el valor de los bienes y servicios ecosistémicos, independientemente de si estos cuentan o no con un precio o mercado.” (p. 24), lo que indica que debe existir la representación monetaria y para ello deberá utilizarse el método adecuado para su correcta determinación, ya que se conoce que en ciertos casos se complica su asignación debido a que no cuentan con un precio de mercado y hay que buscar los medios de estimación.

La valoración económica adquiere un sentido particular al no tratarse de bienes convencionales en donde es relativamente sencillo asignarles un valor, en algunos casos y dependiendo del tipo de mercado, podrían llegarse a acuerdos por libre oferta y demanda; en donde productores y consumidores negocian y determinan precio; sin embargo la determinación de precios de bienes o servicios relacionados con el patrimonio cultural y natural de un país, requiere un método adecuado para evitar las sobreestimaciones o subestimaciones. En consecuencia, es importante definir ecosistemas, que son parte de este estudio. De acuerdo a lo expresado en el documento de valoración económica detallada de las áreas protegidas presenta por el Ministerio de Ambiente de Chile (2010), define a los ecosistemas del planeta como se presenta a continuación:

Los ecosistemas del planeta producen y generan una enorme cantidad de bienes y servicios que satisfacen distintas necesidades de las personas, desde las más básicas, como las de contar con aire respirable, alimentación o agua para la bebida y el riego, hasta otras necesidades aparentemente más prescindibles, pero también importantes, como las de realización espiritual y estética o de esparcimiento (p. 60).

Los ecosistemas pueden producir bienestar a los beneficiarios de las comunidades, entre los aspectos que se contemplan están el aire respirable, alimentación, bebidas, agua para riegos e incluso se podría dar valor a los ecosistemas por la capacidad de generar utilidad (en términos de niveles de satisfacción) en lo espiritual, estético o esparcimiento. Bajo esta premisa, se debe analizar cuáles son los beneficios sociales que genera la aplicación de un determinado proyecto que involucre lo ambiental y el desarrollo turístico.

La selección del método adecuado de Valoración de Patrimonio Natural y Cultural, no es tarea sencilla debido a que, a diferencia de la determinación de precios y valor de ciertos bienes, para aquellos que son intangibles, se torna compleja su verdadera cuantificación en términos monetarios, ya que involucra establecer el valor de los mismos mediante la utilidad que brindan, es decir en términos de la satisfacción y el bienestar que genera su uso, para lo cual hay que obtener la información relevante de los involucrados.

El Ministerio de Ambiente de Perú (2015), expresa que la finalidad de la valoración económica es “Visibilizar todos aquellos beneficios o costos asociados a los cambios en los ecosistemas y que afectan el bienestar de los individuos la sociedad, de manera que estos valores económicos puedan ser integrados en la toma de decisiones (p. 24).; es así que lo indicado concuerda con los análisis de bienestar que brinda la mejora de ciertos lugares turísticos debe ser cuantificado de tal forma que evidencie la mejora para el conjunto de la economía, para ello se hace preciso la utilización de medidas de bienestar Hicksianas o Marshallinas. En el caso de las Hicksianas se lo puede realizar por medio de la variación compensada y variación equivalente y en el caso de la medida Marshallinas se emplearán análisis de variaciones de excedentes del consumidor y productor para finalmente determinar si se ha generado un resultado positivo para el conjunto de la economía, e incluso determinar si existe la denominada pérdida irrecuperable de eficiencia.

Para el estudio se plantea la aplicación de la teoría microeconómica y macroeconómica, puesto que en la determinación de precios hay que adoptar ciertos criterios básicos. Debe tomarse en cuenta que es necesario particularizar el análisis dependiendo del contexto y el bien o servicio analizado; más aún al tratarse de valoración de patrimonio cultural y natural. El valor económico de bienes y servicios relacionados al ecosistema pueden presentarse mediante el valor de uso y valor de no uso, en el primer caso directo o indirecto y en el segundo se encuentra determinado por valor de legado o valor de existencia. El establecimiento del valor económico se basa en la utilización que tienen los individuos de los ecosistemas.

Existen diversos métodos de valoración, sin embargo se citarán algunos de ellos que podrían ser aplicables a este tipo de estudios. Todos los métodos citados a continuación presentan ciertas limitaciones al momento de su aplicación, porque pueden existir los denominados fallos de mercado, omisiones de variables de

análisis, supuestos aplicados que únicamente serían válidos ante ciertos contextos, entre otros.

El método basado en valores de mercado establece los precios del bien en base a su valor de mercado, normalmente se lo puede establecer por medio de encuestas al mercado analizado.

El método de costos evitados se aplica por medio de la identificación de aquellos costos que impiden ciertos daños al medio ambiente o a los servicios, permite estimar el valor; es decir lo que los individuos estarían dispuestos a pagar para evitar daños por la pérdida de algún bien o servicio ambiental.

El método del costo del viaje está sustentado en los costos en los que incurre el turista para visitar un lugar determinado y disfrutar de los servicios ecosistémicos de recreación, tales costos son valorados a precio de mercado.

Metodología del Estudio

La investigación es de tipo “explicativa” porque por medio de la identificación de las variables dependiente e independiente se determinará la causalidad y efecto del fenómeno estudiado, específicamente la valoración económica de ecosistemas con riquezas naturales o culturales de la Zonas 5 y 8, que forman parte de las áreas de influencia determinadas por la Universidad de Guayaquil. Se dará prioridad a las zonas costeras que se encuentren comprendidas dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas.

Basa su desarrollo en la organización inicial de información de manera lógica y se operacionalizará por medio de la manipulación de las variables. Se plantea seleccionar por grupos de referencia a los miembros de la comunidad analizada, en donde se encuentren beneficiarios directos e indirectos. Para demostrar la validez externa se utilizará como técnica de captación de datos una primera visita in situ, que permitirá determinar el mejor método de valoración para el ecosistema elegido. A partir de la revisión bibliográfica, análisis de casos similares aplicados en otras regiones y países con características similares al del entorno del proyecto, y de la visita in situ, se establecerán las variables de estudio.

Una vez que se encuentre con la información de interés se procederá a la aplicación del método de valoración más adecuado para el ecosistema. Se complementará la información por medio de entrevistas a expertos e involucrados. Se aplicarán las encuestas y se consolidarán aquellas variables que aporten al análisis para posteriormente evaluar la representatividad de tales variables, con la finalidad de aceptar o rechazar la hipótesis planteada. El diseño de la investigación se deberá encontrar acorde a la hipótesis y objetivos planteados. Los criterios de inclusión y exclusión para el desarrollo de la encuesta serán planteados en relación al método de valoración económica utilizado.

El resultado de la investigación será de tipo “predictiva” puesto que permitirá analizar aquellas variables que influyen en la valoración económica de patrimonio natural y cultural de la zona específica de ejecución del proyecto, y con ello se permitirá generar un modelo que permita estimar bajos ciertos contextos, la valoración de otros proyectos similares.

Esta valoración será de especial interés para las organizaciones gubernamentales, que podrán establecer el costo de mantener este tipo de ecosistemas e incluso determinar una tarifa para la generación de ingresos, así como evaluar los posibles medios para su recaudación. De igual manera, los habitantes de la zona se podrían beneficiar de la organización y potenciación de la zona, ya que mayor afluencia de turistas implica la posibilidad de mejorar sus ganancias, bajo una gestión sustentable en el tiempo.

III. Conclusiones

El turismo se configura en una de las potenciales industrias en Ecuador, se han trazado rutas para fomentar la actividad por medio de la planificación propuesta a partir del Gobierno Central. Las cifras muestran cambios positivos y tendencias crecientes dejando evidencia de que la actividad aún puede ser fortalecida en la medida en que las acciones públicas y privadas sean debidamente coordinadas.

La riqueza natural y cultural de Ecuador es incuestionable, se identifican vastas zonas en todo el país que aportarían con un turismo único que produce experiencias irrepetibles. De ahí la necesidad de generar una valoración económica sobre conservación de la riqueza natural y cultural en el marco del turismo en ecosistemas que cuentan con particularidades que merecen mantenerse de forma sostenible y sustentable en el tiempo.

El estudio se encuentra en una fase inicial para planificar el área de estudio en la zona costera que se encuentre dentro de la Zona 5 y 8, en donde se deberá preliminarmente identificar los ecosistemas que posee para establecer los beneficiarios y la valoración económica mediante el método apropiado y con los instrumentos de levantamiento de información; encuestas y entrevistas a expertos; para ello se han identificado factores que influyen en el proyecto entre ellos: número de beneficiarios, edades, valores de mercado de los recursos naturales y de los servicios, ingreso promedio de la comunidad involucrada para establecer un estudio ex-ante y ex-post, entre otros.

Existen diversos métodos de valoración económica que van a estar en concordancia con el tipo de bien, contexto, facilidad o acceso a la información y otras variables relevantes; sin embargo, se deberá considerar que la selección de cualquiera de ellos va a determinar el éxito del mismo evitando subvaloraciones o sobrevaloraciones del patrimonio natural o cultural seleccionado. Se plantea realizar el proyecto por fases, con el apoyo coordinado de las instituciones públicas involucradas para contar con una línea base con la finalidad de tributar a los objetivos nacionales y sociales involucrados.

Finalmente, se propone realizar una planificación acorde a los objetivos planteados en el proyecto, en donde se abarquen los aspectos principales: establecimiento de convenios con instituciones públicas relacionadas al proyecto, levantamiento de información, identificación de ecosistemas que cuenten con características naturales o culturales diferentes, establecimiento de la zona de influencia, determinación del método de la valoración acorde a la información

disponible y métodos tentativos de estimación de valoración en casos particulares en donde no se encuentre con información disponible en el mercado y elaboración de los instrumentos de levantamiento de información con asignación de actividades para cada uno de los participantes del proyecto. Una vez concluida esta fase, se procede a evaluar los resultados obtenidos y el análisis de impacto del proyecto.

Referencias Bibliográficas

Banco Central del Ecuador, BCE (2014b). Estadísticas de Comercio Exterior (2000-2014). Quito: BCE.

Bernal, R, Peña, X. (2012), *Guía Práctica para la Evaluación de Impacto*. Facultad de Economía, Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico (CEDE), Chile, Ediciones Uniandes.

Constitución de la República del Ecuador (2008). Ciudad Alfaro: Asamblea Constituyente.

Gobierno de Chile, Ministerio del Ambiente (2010). "Valoración económica detallada de las áreas Protegidas de Chile".

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC (2014c). Bases de datos de entradas y salidas internacionales. Quito: INEC.

Machín, M. Hernández A. Casas M. León M. (2010). "Enfoque de la Valoración Económica Ambiental en Areas Protegidas. Su aplicación en el Parque Nacional Viñales, República de Cuba". Revista Desarrollo Local Sostenible. Grupo Eumed.net y Red Académica Iberoamericana Local Global Vol. 3, Nº 8 alojado en <http://www.eumed.net/rev/delos/08/hsvs.htm>.

Ministerio del Ambiente, Perú (2015). *Manual de Valoración económica del patrimonio natural*".

Ministerio de Ambiente, Perú (2015). "Guía Nacional de Valoración Económica del Patrimonio Natural".

Ministerio del Ambiente, Ecuador. Sistema de Áreas Protegidas, alojado <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/info-snap>

Ministerio de Turismo, Ecuador (2008). Ley de Turismo.

Ministerio de Turismo (2014b). Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible

para Ecuador “Plandetur 2020”. Quito: Ministerio de Turismo.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO (1972). “Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural (1972), Alojado en: http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=35132&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

Organización Mundial de Turismo (2016). Alojado <http://www2.unwto.org/es>.

Pindyck R. (2010). Microeconomía. Editorial Prentice Hall, Novena Edición (2004) Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales.

PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) (2013). La Agenda de Desarrollo Post 2015: Consulta Nacional Ecuador. Quito.

Senplades (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo) (2013). Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017. Quito: Senplades.

Sierra, Rodrigo (Ed.) (1999). Propuesta Preliminar de un Sistema de Clasificación de Vegetación para el Ecuador Continental. Proyecto INEFAN/GEF y EcoCiencia. Quito, Ecuador.

013. RESILIENCIA ORGANIZACIONAL: CAPACIDAD DE LAS PYMES DEL ECUADOR PARA SALIR DE LAS CRISIS ECONOMICA Y TECNICA ACTUAL.

Autor:

Ing. Marco Jara Riofrio MAE.

mjara@ecotec.edu.ec

Resumen

En esta investigación se analiza por medio de encuestas, análisis y entrevistas a diferentes empresas y directivos de micro y pequeñas empresas (PYMES) la problemática que actualmente atraviesa en la parte económica y técnica, identificando los factores resilientes. Al comienzo del presente se identifica el significado aceptado tanto para los términos competencia y resiliencia, llegando a concluir que la primera se trata de una habilidad que posee un individuo y la segunda como la capacidad de aprender de los errores. Es así que se llega a concluir que la resiliencia es la capacidad de aprender de los errores.

El analisis tiene dos partes, la primera consiste en información estadística de 432 empresas, para determinar las falencias y logros de las mismas y la segunda revisión de literatura y entrevistas con ejecutivos.

Com parte complementaria sugerir al gobierno naciona y empresarias estrategias para salir de la crisis, como manera de crear ventaja competitiva sobre otras empresas al saber administrar las adversidades internas y externas, enfrentándolas, sobreponiéndolas y aprendiendo de ellas para fortalecerse.

Palabras claves: PYMES, Organuizacion Resiliente

Abstract

This research is analyzed through surveys, analysis and interviews with different companies and managers of micro and small enterprises (SMEs) the problems currently facing in the economic and technical aspects, identifying the resilient factors. At the beginning of this the meaning it accepted terms for both competition and resilience is identified, reaching the conclusion that the first is a skill possessed by an individual and the second as the ability to learn from mistakes. So you get to conclude that resilience is the ability to learn from mistakes.

The analysis has two parts, the first consisting of 432 companies' statistical information to determine the shortcomings and achievements of the same and the second review of literature and entrevistas executives.

Com complementary part Naciona suggest to entrepreneurs and government strategies to exit the crisis, as a way to create competitive advantage over other companies to know how to manage internal and external adversities facing them, sobreponiéndolas and learning from them to become stronger.

Keywords: SMEs, Organuizacion Resilient

Introducción

La resiliencia entendida como a la capacidad de aprender de los errores, es una habilidad que en el medio ha sido poco identificada y solicitada como parte de los perfiles de los CEO. Sin embargo, en nuestro medio no es común observas en los CVs o en los requisitos de perfiles de gerente el tener resiliencia.

En gestión, la resiliencia es parte de los procesos de gestión de cambios. El personal que labora en una empresa debe tener un gran equilibrio emocional, principalmente para confrontar los problemas del trabajo, cuando la situación no se logra lo planificado y la incertidumbre en las tomas de decisiones para minimizar el impacto en la empresa.

La globalización requiere que el Ecuador tome con responsabilidad los nuevos retos a los que se enfrenta, esto implica tener producción nacional y liderazgo empresarial con la capacidad suficiente para competir a nivel mundial con productos y servicios de calidad; sin embargo, esta competitividad no involucra solo infraestructura, tecnología, inversión y producción, necesita formar capital humano, estabilidad social y gobernabilidad.

La mediana, pequeña y microempresa se ha convertido en importante centro de atención para la economía, debido a su posibilidad de generar oportunidades de empleo e ingresos a la población y dinamiza la economía local (Carbajal, 2008).

Las crisis que se presenta es un problema que se debe manejar con responsabilidad y no evadir, los empresarios no deberán recurrir a deudas innecesarias, algo que empeore las crisis en las empresas, puesto que estas compañías por salir de las crisis incurren en préstamos a entidades bancarias, las cuales acceden a préstamos, aumentando sus deudas, siendo un atenuante para salir de la crisis, pero vuelven a recaer en esta, por la mala utilización de sus recursos adquiridos generando inestabilidad bancaria porque los flujos de efectivo se disminuyen por la falta de pago de las empresas que realizaron prestamos, produciendo con la crisis por falta de liquidez.

Es así que la pertinencia del tema está dada por la importancia de saber cómo afrontar derrotas y si esta capacidad está siendo valorada en el medio cuando se contrata a un personal. Es decir, se intentará determinar si para el medio la resiliencia es o no una competencia clave al momento de contratar a un personal.

Para lo cual se quiere determinar si en Ecuador tenemos la costumbre de valorar los fracasos ajenos cuando estos han sido superados de alguna manera. En los últimos días notamos como las universidades en Ecuador no investigan y al no hacerlo, se genera poco conocimiento científico local, es así que, en orden de disipar las dudas sobre la realidad de la resiliencia como competencia de los CEO, se realizaron entrevistas a gerentes de alto rendimiento del medio, tanto sector público como privado, para conocer su opinión y experiencia en el tema.

Determinar si en el medio la resiliencia es o no una competencia clave y si la misma agrega o no valor a un personal a ser contratado, es parte de lo que se tratará en el documento. Adicional de tratar de averiguar si los actuales CEO o Gerentes se sienten cómodos contratando a alguien que haya fracasado previamente en administrar un negocio anterior.

Se desarrolla así, este documento tratando de disipar las dudas planteadas con anterioridad.

Características de una Organización Resiliente

La resiliencia está relacionada a condiciones determinadas y particulares de riesgo, que supuestamente no tienen nada en común entre sí (cambios en contexto político, económico, social o ambiental; avances tecnológicos, etc.). Pero estudios sobre resiliencia muestran que existen aspectos comunes en esta variedad de situaciones. Dos significativos autores señalan que las empresas resilientes presentan las siguientes condiciones:

Dean Robb, en su texto *Buiding Resilient Organizations* distingue cuatro características esenciales para que una empresa sea resiliente: (Robb, 2000, p. 27)

Capacidad de crear y disolver estructuras.

2. Proporcionar seguridad (no necesariamente estabilidad) en medio del cambio.
3. Gestionar las consecuencias emocionales de la transformación continua y el cambio: la ansiedad y el dolor.
4. Aprender, desarrollarse y crecer.

Para Robb una empresa resiliente es capaz de mantener una ventaja competitiva a través del tiempo por medio de su capacidad para desarrollar dos habilidades al mismo tiempo:

1. Desempeñarse de forma excelente hacia los objetivos de la empresa (refiriéndose a sus labores en cuanto a las finanzas, clientes, proveedores, producción, etc.)
2. Innovar y adaptarse eficazmente a los mercados rápidos y turbulentos de los mercados y las tecnologías.

Por otra parte, en su texto, *Resiliencia y Ambientes Laborales Nocivos*, Saavedra (2005) expone cinco características de una organización resiliente:

Son instituciones que se reconocen a sí mismas como formadas por personas y por tanto más allá de sus estructuras o límites jurídicos, se perciben como dependientes de la dinámica humana y por tanto deberá poner atención a los estados psicológicos y físicos de sus integrantes.

- 1. Son instituciones que, si bien no son impermeables a las tensiones externas e internas, saben sobreponerse en situaciones de crisis, buscando en sus propios trabajadores los recursos y potencialidades que le permitan seguir adelante.**
- 2. Son instituciones que estarán atentas a los cambios ambientales y por tanto reaccionarán oportunamente frente a las exigencias del entorno, siendo capaces de renovarse y ajustarse a las nuevas demandas.**
- 3. Son instituciones innovadoras y creativas, que valoran las capacidades de sus trabajadores y tomarán en cuenta sus aportes.**
- 4. Son instituciones democráticas, que valoran lo colectivo, la transparencia en el proceso comunicacional, la participación en la toma de decisiones y creen en sus trabajadores.**

Se determina que, mientras que el segundo autor, indica que la resiliencia organizacional es un producto del desempeño del personal la organización, su clima y cultura; el primer autor se guía más por las habilidades administrativas de los líderes de la organización, fundamentándose en una cultura de aprendizaje organizacional.

Estas dos visiones evidencian la importancia de ver a la organización como un sistema complejo formado por personas capaz de auto-gestionarse para cambiar, aprender e innovar para alcanzar determinadas metas y así perdurar en el tiempo.

Bajo esta ideología, se puede determinar que las organizaciones, como las personas, deben ser resilientes para sobrevivir. Las organizaciones resilientes ayudan e incentivan la resiliencia individual, pero también cultivan la resiliencia a través de la cultura y los sistemas organizacionales. Lo conciben a través de los siguientes medios: aceptación del cambio, promoción del aprendizaje, atención a todo aquello que funcione bien, conexión con la misión y los valores, comprensión de la identidad y trabajo a través de otros (Pulley, 2004)

La resiliencia y el sector empresarial

La importancia de esta capacidad para el área empresarial se deriva de lo siguiente (Hamel y Välikangas, 2003):

- 1. Hay miles de unidades económicas que están fuera del mercado y que pueden añadirse a él si reconocen sus factores de riesgo e implementan acciones.**
- 2. Las empresas jóvenes generalmente son menos eficientes que las de mayor antigüedad porque han avanzado menos en el**

camino que lleva desde la innovación caótica a la optimización disciplinada.

- 3. Existe la necesidad de otras empresas por aprender de la experiencia de aquellas resilientes.**
- 4. La necesidad de desarrollar estas habilidades y capacidades de manera oportuna.**

Los elementos que intervienen en la formación de resiliencia en las Pymes, son los que se denominan los protectores y de riesgos o las fortalezas y debilidades que tiene una empresa. Como dice Munist y Santos (1998), el factor de riesgo para una empresa serán la conjunción de elementos y sus características, organizados de tal forma que elevarán la probabilidad de dañar el funcionamiento de ésta. Por su parte, los factores de protección de la empresa serán las condiciones dadas o elementos establecidos que podrán generar un entorno favorable para el desarrollo de la empresa.

La dolarización en el Ecuador

La dolarización implementada en Ecuador se origina como resultado de un largo proceso de diferentes reformas económicas, asociadas por controversiales acontecimientos políticos que desde el año 1996 hasta el 2000, se intercambiaron el mando presidencial cinco gobernantes. Cambios constantes de razonamientos filosóficos sobre la política económica, con objetivo de liberar el mercado, y el interés de atraer capitales extranjeros para impulsar el crecimiento económico; pero la falta de una adecuada organización en supervisión del sistema financiero y un notorio crecimiento de la cotización del dólar con relación al sucre, se convirtió en el principal detonante para adoptar oficialmente al dólar, como moneda de curso legal. Las características importantes del período previo a la dolarización, se resume en un conjunto de eventos que van desde un segundo conflicto bélico con el Perú en 1995, los desastrosos efectos del fenómeno del niño entre 1997 y 1999, y la caída del precio del petróleo en 1999, contribuyó a la secuela de eventos negativos, culminando con una grave crisis financiera e inflacionaria a fines de siglo pasado. Los eventos traumáticos previos a la dolarización antes mencionados, dejaron fuerte huella en la economía ecuatoriana, con niveles de inflación muy cercanos al 100% finales del año 2000.

Cabe destacar que, en el contexto político, los primeros años posteriores a la dolarización, no fueron muy diferentes a los años previos, ya que desde el año 2000 hasta el 2007, al menos tres gobernantes accedieron al poder, manteniendo una media de permanencia en el cargo presidencial ligeramente superior al período previo.

Es a partir del año 2007, con la llegada del gobierno del Eco. Rafael Correa, que el Ecuador mantiene un período estable de gobernabilidad sin precedentes en la historia política republicana.

Importancia de las Pymes en la Economía Ecuatoriana

Es necesario considerar, que la importancia de las Pymes no se basa únicamente en el potencial redistributivo y su capacidad de generar empleo, sino también en su capacidad competitiva cuando se encuentra en condiciones productivas adecuadas (Molina,2010) .

Por lo tanto, las Pymes son el motor de desarrollo y un elemento muy relevante para el progreso de un país. Según Singh (2008) las Pymes son la columna vertebral de la economía de una nación, ayuda aprovisionar oportunidades de empleo y son los proveedores de bienes y servicios a las grandes empresas.

Para Arazi (2012) en América Latina las Pymes, es considerada como una fuente de trabajo, que superan el 50% de ofertas, logrando generar un nivel de competitividad y así obtener cada vez mayor valor agregado.

Del mismo modo Howald (2001) complementa esta afirmación, así:

Para el Estado la informalidad impide que el PIB, generado por la informalidad, sea destinado al fisco y así plasmar en obras planificadas por los gobiernos; se considera que las Pymes es parte de la economía informal, y no sienten la obligación de cumplir con las leyes, imposibilitando acceder a diversos mercados, tales como el crédito bancario formal, licitaciones públicas y ser parte de proveedores de empresas grandes formales (pp. 45).

Asimismo Vergara(2005), determina que la importancia de las Pymes en América Latina, se expresa en: Empleo: entre el 25% y el 45% de los ocupados. Producción: entre el 15% y el 25% de la industria. Exportaciones: entre el 1% al 3% de total global.

La influencia de las salvaguardias en las pymes

En el Ecuador las medidas arancelarias se aplican a partir de los resultados negativos arrojados por la balanza de pago con los países que se mantiene relaciones comerciales, por lo cual se incrementan los impuestos a las importaciones de productos textiles. El Consejo de Comercio Exterior e Inversiones según registro oficial N° 512 del 22 de enero de 2009 mediante resolución N°466, establece la aplicación de medidas arancelarias a diversos sectores productivos de país más conocidas como salvaguardias, las mismas que tienen la finalidad de proteger la industria local debido a diversos factores que regulan el mercado internacional (COMEXI, 2009). Se puede ratificar que la adopción de estas medidas arancelarias tiene un objetivo fundamental que es (...) corregir la balanza de pagos, que en resumidas cuentas es un cuadro o dato estadístico de todas las transacciones que un país realiza con el resto del mundo, es decir todo lo que un país importa en relación con todo lo que exporta (López Murillo, 2009, pág. 1).

Dentro del sector textil hubo un recargo concreto por kilo neto o unidad. - Esta salvaguardia se aplica a aquellos productos establecidos en el Anexo II de la Resolución 466 y consiste en la fijación de una tarifa pecuniaria por cada kilo o unidad de mercadería que se importe (...) En esta situación se encuentra el algodón que para su importación se tiene que pagar \$12 dólares por kilo neto importado (López Murillo, 2009, pág. 1).

Cabe recalcar que los \$12 que se establecen para el algodón también se los aplica en fibras para la confección de textiles y se incluye todo tipo de prenda de vestir importada, establecidas en el Anexo II de la Resolución N°466 y se encuentran vigentes hasta la fecha.

PARTIDAS QUE SUFREN INCREMENTO ARRANCELARIO (USD dólares)

N°	MEDIDA	DESCRIPCION	RECARGO ARRACENLARIO POR KILO NETO
224	Arancel especifico de \$ 12 por Kg. Neto	Las demás prendas de vestir para hombres y niños	12
225	Arancel especifico de \$ 12 por Kg. Neto	Las demás prendas de vestir para mujeres y niñas	12
226	Arancel especifico de \$ 12 por Kg. Neto	Para hombres o niños	12
227	Arancel especifico de \$ 12 por Kg. Neto	Para mujeres o niñas	12

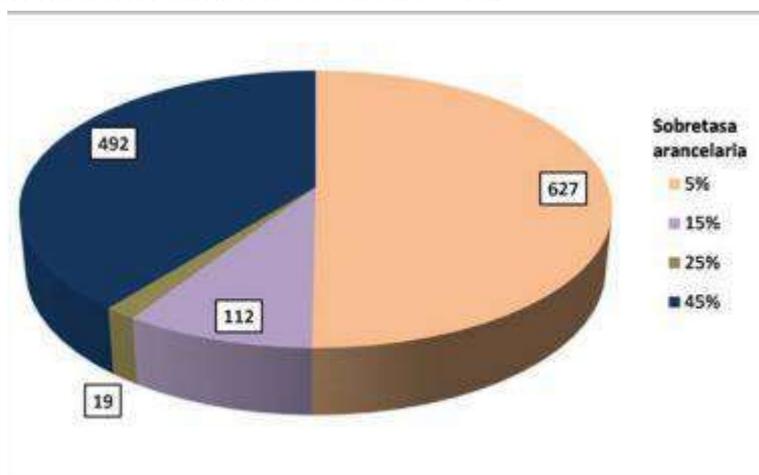
Fuente: Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI)

El Registro Oficial Suplemento No. 456 de 11 de marzo de 2015 mediante resolución N° 011-2015 del (COMEXI, 2015) determina “El establecimiento 4 de una sobretasa arancelaria de carácter general y no discriminatoria a las mercancías clasificadas en las subpartidas”, crea el incremento de aranceles para 28 partidas en el sector textil; el gobierno ecuatoriano argumenta las existencia de varios factores externos a los que la economía nacional se ha enfrentado entre los que se puede indicar, la sobrevaloración del dólar, la constante baja del precio del barril de petróleo, la devaluación de las monedas propias de los países vecinos, Colombia y Perú, trae como resultado el no ser competitivo tanto en la exportación de los productos como en la importación de aquellos que se fabrican dentro del país, de forma que como no se compite a nivel de precios tanto en mercados internacionales como en un propio mercado, las divisas en el territorio ecuatoriano se han reducido preocupantemente, estableciendo campañas de patriotismo como “consume lo

nuestro” no han surtido el efecto esperado en un libre mercado en donde los consumidores eligen claramente lo que les conviene.

El mismo ministro Coordinador de Política Económica, Patricio Rivera, argumentó que “lo que hay que hacer es consumir más nacional, invertir más en nacional y consumir menos importado” (Andes, 2015). Incluso el comunicado de la Presidencia —que informaba sobre la aplicación de la sobretasa— aseguraba que se gravaría solo materias primas no esenciales en 5%, mientras que la sobretasa de 45% se aplicaría solo a bienes de consumo final (Presidencia de la República del Ecuador, 2015).

El aparente apoyo a la industria nacional parece no asociarse con la aplicación de la medida ya que 42% de los productos incluidos en la Resolución del COMEX son bienes intermedios, es decir, materias primas o productos semielaborados. Y, contrario a lo que informa el comunicado de la Presidencia, 492 productos o 39% del total de bienes intermedios con sobretasa tienen un gravamen de 45% (Gráfico 1). De esta forma, no solo que será más caro comprar productos importados, sino que cierta producción nacional también se encarecerá.



Las sobretasas impuestas a los bienes intermedios afectan a más de 19.000 empresas manufactureras en todo el país, lo que representa 41% de esta categoría. Y, en relación a las materias primas utilizadas por la manufactura ecuatoriana, alrededor de 50% de los 547 insumos que usan coinciden con alguna de las subpartidas arancelarias que están gravadas¹².

Método de investigación

Para este documento se utiliza investigación exploratoria, apoyada a través de cuestionario, como instrumento de medición, se hizo una prueba piloto de 432 empresas, con un coeficiente de confiabilidad del 95% y un error máximo probable del 5% del total de empresas afiliadas a las cámaras, además se realiza entrevistas a profundidad a administradores de alto rendimiento del sector público y privado, perteneciente a cinco instituciones en el área de la producción de servicios.

Resultados

Se trabajó con una muestra de 432 empresas, lo que determina un coeficiente de confiabilidad del 95% y un error máximo probable del 5% del total de empresas afiliadas a las Cámaras. Las personas entrevistadas fueron en su mayoría gerentes, propietarios y directores de las pequeñas y medianas empresas encuestadas. La recolección de datos se realizó entre marzo y abril del 2012.

El informe ha sido dividido en:

- Perfil de la P YME
- Desempeño del sector en el tercer cuatrimestre del 2011
- Entorno de las pequeñas y medianas empresas en el tercer cuatrimestre de 2011

Perfil de la Pyme

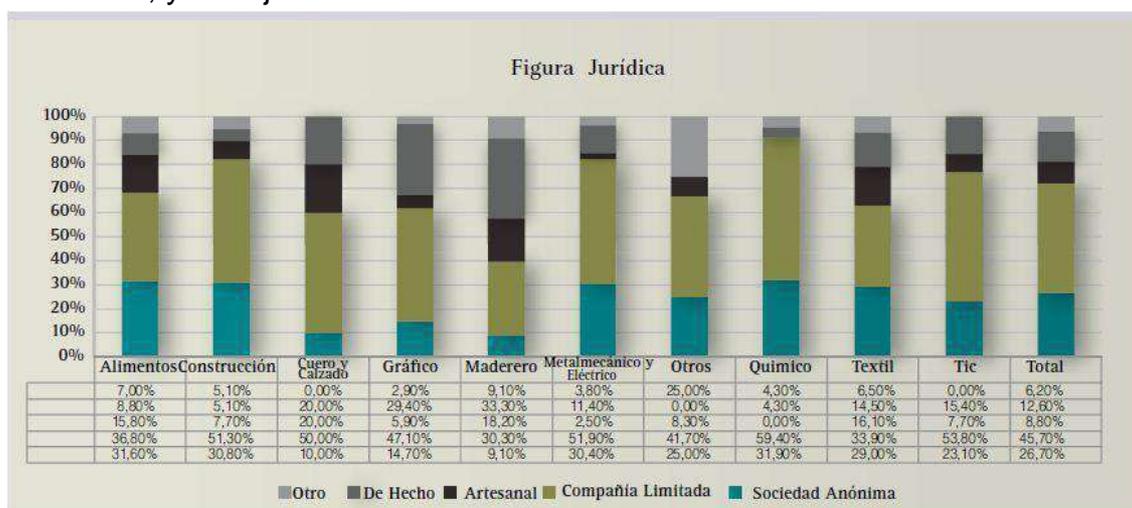
Figura jurídica

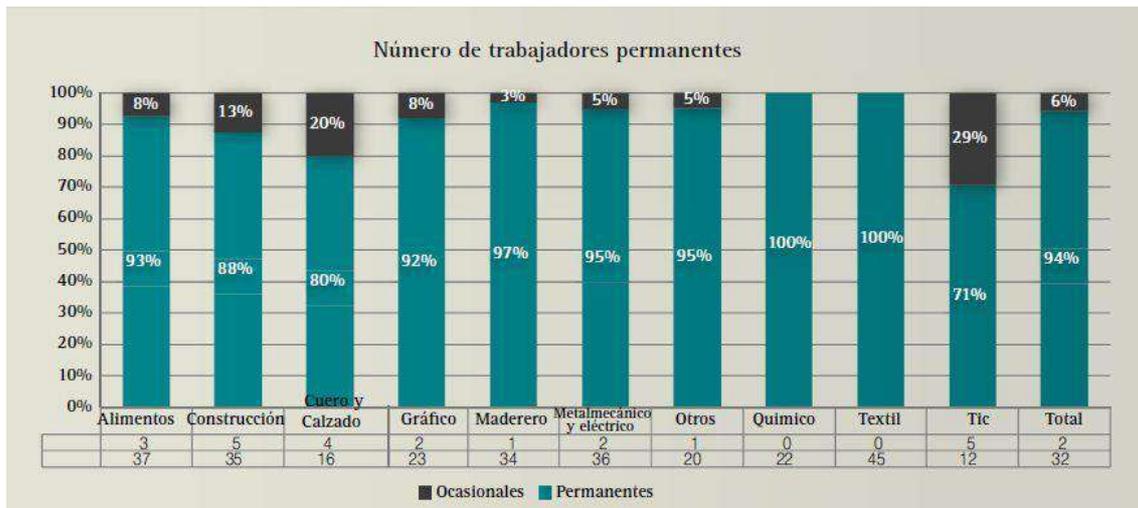
El sector químico es el que maneja una figura jurídica de compañía limitada (59.4%), el sector de cuero y calzado prevalece en artesanal (20%). En la segunda encuesta la figura jurídica que prevaleció fue de las compañías limitadas (42.8%).

Número de empleados

Los trabajadores permanentes por empresa son en promedio 32 personas, y se determinó que los trabajadores ocasionales llegan a 2. El sector textil tiene un mayor promedio de número de trabajadores permanentes (45), y el de la construcción y de las TIC'S tiene el mayor número de trabajadores ocasionales (5).

En la segunda encuesta, los trabajadores permanentes por industria fueron en promedio 28, y trabajadores ocasionales 2.



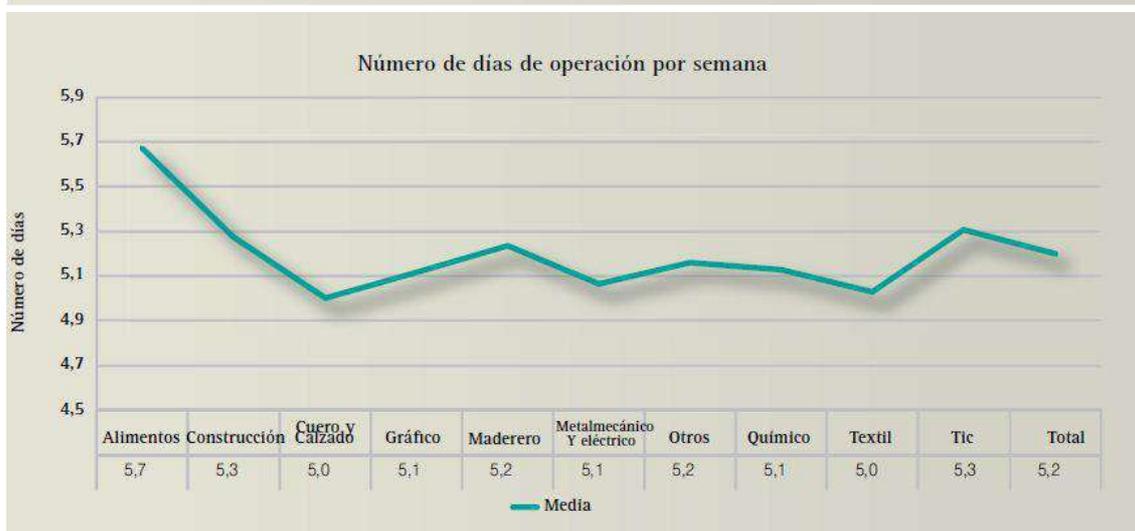
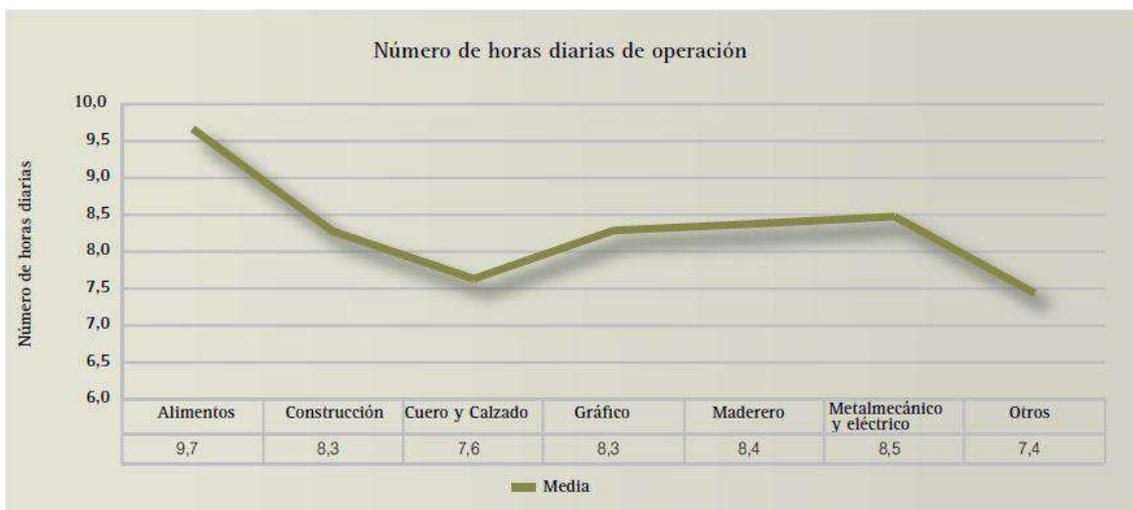


Días de trabajo

El número de días de trabajo semanal es en promedio 5.2. El sector alimentos es el que trabaja en promedio un mayor número de días semanales con 5.7. En la segunda encuesta el número fue en promedio 5.3.

Horas de operación

Al analizar el mercado que cubre la empresa, el 57.1% cubre el mercado nacional, seguido del 24.7% que cubre el mercado local. El sector de las TIC's es el que vende sus productos mayoritariamente en el mercado nacional (75%), el sector de alimentos es el que resalta en el mercado provincial (18.6%), el sector gráfico vende al mercado local (47.1%), y el sector otros es el que más exporta (12%). En la primera encuesta estaba localizado el (48.2%) en el mercado nacional, seguido del (28.6%) que cubría el mercado local. Finalmente, los proveedores de las empresas se encuentran principalmente en el ámbito nacional (38.73%) e internacional (28.64%). El sector maderero es el que tiene mayoritariamente proveedores nacionales (50%), y el sector químico es el que más importa (42.86%). En la segunda encuesta se encontraban principalmente en el ámbito nacional (52.6%) e internacional (21.5%).



Desempeño del sector en el tercer cuatrimestre de 2011

Producción

Sobre el volumen de producción la percepción, en su mayoría, es que permaneció igual (45.1%) y aumentó (30.4%). El sector con mayor percepción de que el volumen de producción aumentó es el del cuero y calzado (63.6%), de que permaneció igual está en el sector otros (60.9%), y de que disminuyó está en el sector maderero (47.1%).

El valor de los costos de producción se considera que aumentó (45.3%) y permaneció igual (38.8%). La mayor percepción de que aumentó está en el sector maderero (61.8%), de que permaneció igual, en el sector químico (54.3%), de que disminuyó está en el sector otros (33.3%).

La inversión en el negocio se percibe como que permaneció igual (62.5%) y

aumentó (24.8%). La mayor percepción de que aumentó está en el sector maderero (35.3%), de que permaneció igual está en el sector químico (75.7%), y de que disminuyó está en el sector de las TIC's (30.8%).



El número de trabajadores es visto igual con un (73.2%) y aumentó (14.1%). La mayor percepción de que aumentó está en el sector de cuero y calzado (36.4%), de que permaneció igual está en el gráfico (88.2%), y de que disminuyó está en el sector de las TIC's (38.5%).

El precio de las materias primas es apreciado con un aumento (56.5%) y que permaneció igual(30.6%). La mayor percepción de que aumentó está en el sector maderero (64.7%), de que permaneció igual está mayoritariamente en el sector las TIC's (46.2%), y de que disminuyó está en el sector otros (38.1%).

Mejora interna

Las horas de capacitación ofrecidas a los trabajadores se sienten principalmente como que permanecieron iguales (62.1%) y aumentaron (26.2%). La mayor percepción de aumento está en el sector químico (44.1%), de que está igual está en el sector gráfico (78.8%), y de que disminuyó está en el maderero (33.3%).

La incorporación de nuevas tecnologías de información y comunicación es percibida como que permaneció igual (58.0%) y aumentó (32.1%). La mayor percepción de que aumentó está en el sector de cuero y calzado (50.0%), de que permaneció igual está en el sector gráfico (75.8%), y de que disminuyó está en el sector de cuero y calzado (20.0%).

El uso de servicios de asesoría externa es considerado mayoritariamente como que permaneció igual (75.9%) y aumentó (18.0%). La mayor percepción de que aumentó está en el sector de cuero y calzado (40.0%), de que permaneció igual está en el sector químico (91.2%), y de que disminuyó está en el sector alimentos (10.5%).

Ventas

El valor de las ventas es visto principalmente como que permaneció igual (46.0%) y aumentó(29.1%). La mayor percepción de que aumentó está en el sector cuero y calzado (63.6%), de que permaneció igual está en el químico (60.0%), y de que disminuyó está en el sector maderero(47.1%).

El precio de los productos que vende es percibido como que permaneció igual (60.9%) y aumentó(30.0%). La mayor percepción de que aumentó está en el sector maderero (44.1%), que permaneció igual está en el sector otros (75.0%), y de que disminuyó está en el sector cuero y calzado (27.3%).

El crédito otorgado a clientes se considera como que permaneció igual (77.8%) y que existió una disminución (9.4%). La mayor percepción de que aumentó está en el sector cuero y calzado (40.0%), de que permaneció igual está en el sector de las TIC's (100%), y de que disminuyó está en el sector cuero y calzado (20.0%).

La cartera de clientes morosos es apreciada como que permaneció igual (65.0%) y disminuyó (18.2%). La mayor percepción de que aumentó está en el sector de cuero y calzado (45.5%), de que permaneció igual está en el gráfico (81.3%), y que disminuyó está en el textil (28.1%).

Relación directa con proveedores

El número de proveedores de materias primas es considerado como que permaneció igual (72.5%) y aumentó (20.2%). La mayor percepción de que aumentó está en el sector gráfico (38.2%), de que permaneció igual está en el sector de la construcción (87.2%), y de que disminuyó está en el sector TIC (23.1%).

El crédito de proveedores es percibido como que permaneció igual (74.6%) y aumentó (13.4%). La mayor percepción de que aumentó está en el sector gráfico (27.3%), de que permaneció igual está en el sector TIC (92.3%), y de que disminuyó está en el sector alimentos (17.2%).

El soporte de proveedores es visto como que permaneció igual (83.4%) y disminuyó (6.1%). La mayor percepción de que aumentó está en el sector cuero y calzado (33.3%), de que permaneció igual está en el sector de las TIC's (100%), y de que disminuyó está en el maderero (15.2%).

Entorno durante el tercer cuatrimestre de 2011 En los sectores proveedores de materias primas, mano de obra, maquinaria y equipo, e información: la percepción de acceso a materias primas en su mayoría es considerada como positiva (70,4%) y negativa (17.0%).

El sector gráfico en donde se observa la calificación más alta de percepción positiva (85.3%) y el sector TIC, de regular (23.1%), el sector otros, de mala (29.4%), y muy mala (17.4%).

El acceso a máquinas y equipos en su mayoría es considerado como positivo (62%) y regular (21,9%). Siendo el sector gráfico en donde se observa la calificación más alta de percepción positiva (76.5%) y el sector otros (52.4%) como la más negativa.

El acceso a proveedores de capacitación y asistencia técnica especializada en su sector se considera en su mayoría positiva (62.6%). Siendo el sector de cuero y calzado en donde existe la calificación más alta de percepción positiva (90%), el sector alimentos como regular (39.7%) y el sector otros con la mayor percepción negativa (50%). El acceso a servicios de internet se considera en su mayoría como positivo (77.5%), y negativo (17.3%). Siendo el sector maderero en donde se observa la calificación más alta de percepción positiva (94.1%), el sector de cuero y calzado como la más regular (18.2%) y el sector otros como la más negativa (55.0%).

La percepción de acceso a tecnología en su mayoría se percibe como positiva

(71.9%) y negativa (14.4%). Siendo el sector maderero en donde se observa la mayor calificación positiva (90.9%), el sector de cuero y calzado como el más regular (27.3%) y el sector otros con la calificación más negativa (61.9%). El acceso a información comercial de su sector en su mayoría es considerado como positiva (64.9%) y regular (20.9%). Siendo el sector gráfico en donde se observa la calificación más alta de percepción positiva (73.5%), el sector alimentos como regular (31.0%) y el sector otros como el más negativo (54.5%).

La calidad de los recursos humanos que contrata se percibe en su mayoría como positiva (71.1%) y regular (15.3%). Siendo el sector químico en donde se observa mayor calificación positiva (84.3%), el sector de cuero y calzado como la más regular (27.3%) y el sector otros con la mayor percepción negativa (47.8%).

Proveedores de servicios básicos

La percepción de acceso a servicios básicos de calidad es considerada principalmente en su mayoría positiva (76.1%) y negativa (18.3%). Siendo el sector gráfico en donde se observa mayor calificación positiva (88.2%), el sector de las TIC'S como el más regular (7.7%) y el sector otros con la calificación negativa (59.1%).

Las facilidades logísticas son consideradas principalmente en su mayoría de manera positiva (73.3%) y negativa (16.5%). Siendo el sector maderero en donde se observa la mayor calificación positiva (91.2%), el sector de las TIC'S como el más regular (15.4%) y el sector otros con la mayor calificación negativa (57.1%).

Acceso a recursos financieros

La percepción de acceso a fuentes de financiamiento es considerada principalmente en su mayoría de manera positiva (54.8%) y regular (28.8%). Siendo el sector gráfico en donde se observa la mayor calificación positiva (73.5%), el sector de cuero y calzado como la más regular (40.0%) y el sector otros con la mayor calificación negativa (33.3%).

El crédito del sector financiero público es considerado en su mayoría de manera positiva (47.7%) y regular (36.7%). Siendo el sector de la construcción en donde se observa la mayor calificación positiva (63.2%), el sector de alimentos como el más regular (46.4%) y el sector otros con la mayor calificación negativa (31.8%). El crédito del sector financiero privado en su mayoría es considerado como positivo (49.2%) y regular (34.8%). Siendo el sector de las TIC'S en donde se observa la mayor calificación positiva (61.5%), el sector maderero como el más regular

(45.5%) y el sector otros con la mayor calificación negativa (38.1%).

Clima de negocios

La percepción del desempeño económico del sector al que pertenece en su mayoría es considerada como positiva (61.8%) y regular (23.1%). Siendo el sector gráfico en donde se observa la mayor calificación positiva (72.7%), el sector de cuero y calzado como el más regular (45.5%) y el sector otros con la mayor calificación negativa (40.9%).

El desempeño económico en general del país es visto en su mayoría como positivo (45.2%) y regular (40.7%). El sector de la construcción es en donde se observa la mayor calificación positiva (59.0%), y el sector de cuero y calzado como el más regular (54.5%).

El clima de inversiones en su mayoría es considerado como positivo (46.4%) y regular (38.6%). Siendo el sector gráfico en donde se observa la mayor calificación positiva (60.6%), el sector de cuero y calzado como el más regular (72.7%) mientras que el sector otros con la mayor calificación negativa (36.4%).

El clima político en su mayoría es considerado como regular (45.0%) y positivo (37.3%). Siendo el sector de cuero y calzado en donde se observa la mayor calificación de regular (60.0%) y en el sector TIC'S como la mayor calificación negativa (30.8%)

La percepción del clima para la generación de empleo nacional en su mayoría es considerado como regular (43.2%) y positivo (33.7%). Siendo el sector otros en donde se observa la mayor calificación (47.8%), el sector textil como el más regular (56.3%) y el sector TIC'S con la mayor calificación negativa (38.5%).

La seguridad ciudadana es vista en su mayoría como negativa (42.8%) y regular (28.9%). Siendo el sector de cuero y calzado en donde se observa la mayor calificación regular (45.5%) y el sector químico con la mayor calificación negativa (64.3%).

La seguridad jurídica del país en su mayoría es considerada como regular (37.1%) y negativa (33.1%); el sector de la construcción en donde se observa la mayor calificación regular (52.6%) y el sector TIC'S con la mayor calificación negativa (53.8%).

Esta es una encuesta en la que toma en cuenta netamente la percepción de los microempresarios y emprendedores y se emite sus percepciones tal y como fueron recogidas en la investigación de campo. Según la investigación el último cuatrimestre del año 2011 (revista Ekos 07-nov.-

12)

Otro resultado de la investigación fue concluir que la resiliencia se base en aprender de los errores no de fracasar constantemente. Es así que nuevamente se define a la resiliencia como la capacidad de superar un obstáculo aprendiente del mismo sin que los daños colaterales hayan sido caóticos para terceros.

Además, se determina que de los CVs revisados en el sector público ninguno tenía dentro de competencias y habilidades a la resiliencia.

Análisis

La encuesta se realizó entre marzo y abril de 2012, tomando en cuenta los siguientes sectores:

- Alimentos y Bebidas
- Construcción.
- Cuero y Calzado.
- Gráfico.
- Maderero.
- Metalmeccánico y Eléctrico.
- Productos Químicos y Plásticos.
- Textiles.
- Tecnologías de la información.
- Otros.

En la figura jurídica, la pequeña y mediana empresa prevalecen las compañías con clasificación de compañía limitada (45.7%) y tienen un valor muy significativo aquellas que aplican como sociedad anónima (26.7%).

El sector textil, tiene el mayor promedio de trabajadores permanentes (45).

El número de horas diarias de trabajo es en promedio 8.5. El sector alimentos es el que trabaja en promedio un mayor número de horas con 9.7. En la segunda encuesta el número de horas diarias de trabajo fue de 8.7.

En el volumen de producción el análisis, en su mayoría permaneció igual (45.1%) y aumentó (30,4%). Valor de los costos de producción existe un aumento del (45.3%). Las horas de capacitación ofrecidas a los trabajadores, existe disminución en el sector maderero (33.3%).

La inversión en el negocio disminuye en el sector TIC's (30.8%).

Por otro lado el término resiliencia es novedoso y será incorporado en la vigésima tercera edición del Diccionario de la RAE¹; Es así que en el avance de esta publicación, expuesta en internet, define como la “Capacidad humana de asumir con flexibilidad situaciones límite y sobreponerse a ellas” (Real Academia de la Lengua Española, 2013), este concepto se asemeja mucho al de la corriente psicológica que habla de sobreponerse a pérdidas o situaciones de extremo dolor. En el caso de la industria metalúrgica hablan de la capacidad de resistencia de los minerales.

Encontramos también que para la administración se habla de la resiliencia como la aceptación emocional de una pérdida y crecer sobre ella (Cantera, 2009). En el documento resiliencia y ventajas competitivas en las empresas del sector petrolero (González , Degado , & Jordan) cita la idea de Leal (2007) la resiliencia es la capacidad de los individuos de activar los recursos y potencial interno para hacer frente a las condiciones de vida adversas, superarlas y salir de ellas fortalecido o incluso transformado.

En el ámbito organizacional, Schneider (2007) define como una capacidad grupal para anticipar los eventos clave relacionados con tendencias emergentes, adaptarse constantemente al cambio y recuperarse de manera rápida después de desastres o crisis. AUMENTAR BIBLIOGRAFÍA DOCUMENTÓ RESILIENCIA Y VENTAJAS COMPETITIVAS. Al respecto, Siebert (2007) expresa que las personas resilientes actúan según sus sentimientos, sin esperar a que otros las rescaten, estableciendo objetivos para luego alcanzarlos y a menudo, salen del proceso de resistencia con una vida mejor que antes.

Para efectos del documento asumiremos el significado de resiliencia planteado por Cantera, en el artículo Competencias Administrativas Anticíclicas, indica que para tener un directivo que haya experimentado la resiliencia debe de haber sufrido grandes fracasos.

Mediante entrevista a un funcionario de talento humano de una entidad pública quien prefirió mantenerse en el anonimato, se pudo observar algunos CV²'s de personas que trabajan o que desean trabajar para el estado y en ninguno de los currículum se encontró la resiliencia como competencia ofrecida por los aspirantes. Las competencias más nombradas fueron: pro actitud, capacidad de trabajar bajo presión, liderazgo, manejo de equipos, entre otros.

Para intentar disipar sí en Ecuador la resiliencia es o no una competencia clave, se conversó con algunos gerentes de alto nivel que dentro de sus organizaciones buscan personas que sean capaces de aprender de sus errores, pero principalmente de prevenirlos. Es así que, durante la entrevista realizada, el Msc. Xavier

¹Real Academia de la Lengua Española

²Curriculum Vitae

Arosemena³ indica: es importante aprender de los errores aunque más importante el no cometerlos, sin embargo al no ser perfectos es necesario que puedan aprender de los mismos” (Arosemena, 2013). Por su parte Paola Gálvez⁴, reitera la importancia de las lecciones aprendidas que deben de quedar en la organización “como un bien intangible para recordar durante toda la vida” (Galvez, 2013). Mariela Pinos⁵ G, comenta que en su institución (colegio), se fomenta el superar los problemas sobre todos los personales, pero esta capacidad no es fomentada dentro del área técnica (Pinos, 2013). Por su lado la Máster. Fanny Condo⁶, resume su comentario de la siguiente manera: “Ninguna pérdida o fracaso puede significar el fin, pues la vida no acaba y siempre habrá otra manera de alcanzar el objetivo” (Condo, 2013).

Todos los entrevistados comentan la importancia de aprender y superar los errores, coincidieron también en que contratarían a alguien que ha fracasado siempre que ésta experiencia no hubiere terminado con el cierre de una industria o el despido de empleados, pues estos eventos les harían dudar de la capacidad de la persona. Adicional indicaron que para este tipo de casos el hablar con las referencias personales es clave para saber más sobre las fortalezas del aspirante. Sin embargo, indicaron también que el nivel de confianza sobre este personal sería bajo, hasta que demuestre realmente que ha aprendido de sus errores.

Se les pregunta también si despedirían a alguien solo por el hecho de haberse equivocado y todos dijeron que no al menos que sea una falla que agente contra la moral, políticas y valores institucionales.

Como se puede analizar, los Gerentes entrevistados coinciden en la importancia de aprender de los errores, pero cuando se les preguntó el si contratarian a alguien que ha fracasado como Administrador anteriormente, dijeron que dependería mucho del tipo de fracaso y del nuevo puesto a ostentar, pues hay profesionales que tienen una larga lista de caóticas consecuencias en temas de administración de negocios.

³ Xavier Arosemena Ortega es Máster de la Escuela de Administración de Empresas/ Universidad Politécnica de Cataluña- EAE/ UPCBarcelona-España Se desempeña actualmente como gerente de una importante empresa de construcción.

⁴ Paola Gálvez Izquieta es Máster Internacional En Turismo Y Hostelería de la Universidad Politécnica De Valencia. Actualmente es la gerente del proyecto Guayaquil Ecológico liderado por el MIDUVI

⁵ Mariela Pinos Guerra es Máster en Gestión del Turismo Sostenible – University for International Cooperation, Costa Rica. Actualmente se desempeña como Vicerrectora del colegio República de Francia y Docente de la Universidad Católica

⁶Fanny Condo Tamayo es Máster en Organización del Territorio de la Universidad Sorbona de Paris. Actualmente colabora con el Ministerio de Turismo en temas de Capacitación.

Conclusiones

La resiliencia en las empresas no siempre se logra el objetivo, por ende, existen empresas que cierran. Los componentes resilientes son elementos de importantes que debe considerar las empresas jóvenes que atraviesan por situaciones complicadas: la confianza inter grupal, la planeación y el compromiso son determinantes. Las áreas socioculturales y de la estructura organizativa son consideradas de mayor interés por su efecto en el éxito de una empresa.

La resiliencia involucra un cambio de paradigma, porque pondera las fortalezas y las soluciones, no en las carencias o los problemas. Permite que los recursos internos que tienen todos los sistemas humanos (individuos, familias comunidades, organizaciones, etc), sean considerados y activados ante situaciones adversas o críticas de diversa índole. Esto es generar procesos de co-creación y definición de nuevas estrategias en las acciones profesionales y socio-familiares.

El Fideicomiso debido por su funcionalidad, en diversos campos de acción, ha sido de vital utilidad en diferentes países que han manejado, no sólo como una herramienta proteccionista, sino también como una herramienta de pago, garantía de venta, adquisición y de financiamiento, sobre todo para las PYMES.

Como método de financiamiento, el fideicomiso puede ser muy útil para las PYMES, por la gran efectividad que este presenta, debido a la creación de un patrimonio autónomo, el mismo que se genera muy aparte de la actividad económica, sirviendo como garantía para cubrir con la obligación que la PYMES adquiera dentro de esta figura; como en el caso ecuatoriano el fideicomiso de garantía.

Es así como podríamos decir que los errores aprendidos que se plasman bajo la metodología PMI, son lecciones de vida que permiten mejorar quiénes somos y valorarnos más como seres humanos y profesionales, pese a que en Ecuador parece una falta imperdonable el equivocarse a nivel gerencial.

De acuerdo a lo analizado en Ecuador, la resiliencia no es aún una competencia solicitada para contratar a un personal. De hecho, muchos Gerentes son renuentes de contratar personas que hubieren fracasado con anterioridad.

Recomendación

- El uso del fideicomiso por todas sus características y funcionalidades debe ser más difundido para conocimiento de los principales participantes entes económicos ecuatorianos, como son las PYMES de tal manera que puedan ser usados para beneficio propio y consigan mejorar su estructura financiera, obteniendo mejores réditos a menores costos, de manera más segura.

- Mejorar la planificación, desempeño y la eficacia: El ingreso a la información importante de la organización, operaciones y su entorno permiten una planificación

más sólida y eficaz. Mejorando la capacidad de la organización y así obtener beneficio de las oportunidades, atenuar los resultados negativos y lograr un mejor desempeño.

- Disminuir las pérdidas económicas por errores operativos.
- Generar un mejoramiento continuo de la organización.
- Garantizar el cumplimiento de la oferta de servicio, dado que estos no se verán interrumpidos a pesar de que suceda algún evento.
- Generar mayor seguridad y bienestar al personal que trabaja en la empresa, disminuyendo la incidencia de enfermedades laborales optimizando los planes de emergencia.
- Comprometerse en el desarrollo de proyectos, que mejoren el nivel de competitividad del sector productivo, en la formación dual y capacitación técnica del personal de la empresa, además recomendar a los gobiernos locales como nacional en el desarrollo de políticas proactivas competitivas a mediano y largo plazo con el objetivo de reducir la centralización, reanimar el comercio en un ABC: Abrir mercados, bajar impuestos y conquistar capitales productivos.

Bibliografía

González, O., Degado , M., & Jordan, O. RESILIENCIA Y VENTAJAS COMPETITIVAS EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR PETROLERO. Caracas: Universidad Rafael Urdaneta.

Lledó, P. (2011). Director de proyectos. Como aprobar el examen de PMP sin morir en el intento. Victoria, Bancouverd, Canadá: 2011 Pablo Lledó.

Cantera, J. (Mayo de 2009). Fundación Dintel. Recuperado el 11 de Noviembre de 2013, de Revista Dintel: <http://www.revista-ays.com/DocsNum32/DirectivosMas/Cantera.pdf>

Carbajal, G. M. (2008). Segmentación psicográfica de la pequeña y microempresa.

Gerencia para el Desarrollo, Lima: Universidad ESAN.

COMEXI, Resolución N° 456 del 15 de marzo de 2015, Consejo de Comercio Exterior e Inversiones

Arosemena, X. (24 de 11 de 2013). La resiliencia como competencia de los CEO. (I. M. Jara, Entrevistador)

Galvez, P. (22 de Noviembre de 2013). La resiliencia como competencia Clave de los CEO. (I. M. Riofrio, Entrevistador)

Hamel, Gary, y LiisaVälíkangas. 2003. En busca de la resiliencia. In: Harvard Business Review. America Latina. Harvard Business School Publishing Corporation. Consultado 01 de abril de 2012 http://www.planning.com.co/bd/archivos/1003_En_busca_de_la_resiliencia_Gary_Hamel_Lii-sa_Valikangas.pdf

Molina Pérez, K. J. (2010). Análisis de la gestión financiera de las PYMES en la zona urbana de la ciudad de Latacunga.

Murillo, F. L. (2009). Medidas arancelarias que afectan a las importaciones. Revista Judicial, 2.

Munist, Mabel e Hilda Santos. 1998. Manual de identificación y promoción de la resiliencia en niños y adolescentes. Consultado el 29 de agosto de 2012. www.paho.org/Spanish/HPP/HPF/ADOL/Resilman.PDF

Pinos, M. (1 de Diciembre de 2013). La resiliencia como competencia clave de los CEO. (M. Jara, Entrevistador)

Pulley, M.L. (2004). Building Organizational Resiliency. USBanker: Facing the Future of Banking. New York, EE.UU.

Condo, F. (29 de Noviembre de 2013). La Resiliencia como competencia clave de los CEO. (I. M. Jara, Entrevistador)

Real Academia de la Lengua Española. (12 de 11 de 2013). rae.es. Recuperado el 12 de 11 de 2013, de Real Academia Española: <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=competencia>

Robb Dean. (2000). Building Resilient Organizations. Recuperado el 5 mayo de 2011 en: <http://www.robbconsulting.com/resilientarticle.pdf>

Acuña, R. (3 de Marzo de 2011). Resiliencia Organizacional sobreponiéndose eficazmente a las Adversidades y el fracaso. Negocios Internacionales, 1,2,3.

Munist, M., Santos, H., Kotliarenko, M., Suarez, N., Infante, F., & Edith, G. (1998). Manual de identificación y promoción de la resiliencia en niños y adolescentes. (O. Órdenes, Ed.) Washington: Publicaciones OPS.

Saavedra, Eugenio, Resiliencia y Ambientes Laborales Nocivos. Recuperado el 25 de enero de 2011 en: http://www.resiliencia.cl/investig/Saavedra_Resilencia_ALN.doc

www.eKosnegocios.com

014. LA EFECTIVIDAD DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS DE CRÉDITO A LOS MICROEMPRESARIOS. CASO: BANCO PROCREDIT.

Autores:

Sofía Gabriela Gutiérrez Ribadeneira
sogutierrez@est.ecotec.edu.ec
Ingeniera en Administración de Empresas
Universidad Ecotec – Ecuador

Mónica Angelina Pérez Zulueta
mperez@ecotec.edu.ec
Licenciada en Contabilidad y Finanzas
Máster en Gestión Turística
Coordinadora de la Unidad de Titulación
Universidad Ecotec - Ecuador

RESUMEN

El presente caso de estudio contempla la investigación de los factores que incidieron en el cese del microcrédito en el Banco ProCredit a partir del año 2012 cuando decidieron vender su cartera de forma paulatina a otras instituciones financieras. A través del uso de herramientas investigativas se obtienen los resultados sobre los motivos que impulsaron a que los accionistas tomaran esta decisión, también se da a conocer la filosofía del banco, misma que está muy relacionada con el desarrollo de las economías de los países en vías de desarrollo como el Ecuador. Al final de este caso de estudio se sugieren estrategias en base a la información recabada para que el banco re potencialice este tipo de créditos a ciertas microempresas según los resultados de los análisis financieros que realicen.

Palabras claves:

Microcrédito, microempresas

INTRODUCCIÓN

Marco contextual

El Banco ProCredit Ecuador perteneciente al grupo Alemán ProCredit Holding, está presente en países de América Latina y Europa del Este, en su mayoría se ubica en países que están en vías de desarrollo y economías en transición, debido a que es un banco cuyo enfoque está principalmente relacionado con las áreas comerciales, fortaleciendo al desarrollo de la economía de un país a través de su vinculación con micros, pequeñas y medianas empresas.

Banco ProCredit llega al Ecuador como Sociedad Financiera Ecuatorial (SFE) en el año 2001, que al cabo de tres años, exactamente en enero del 2005 deja de llamarse SFE para tomar el nombre de Banco ProCredit Ecuador, con el fin de incrementar su cartera de productos y servicios financieros en pro de la economía del país a través de la generación de una mejor cultura de ahorro y crédito con sus clientes.

Siempre enfocado a generar un aporte en las economías de los países donde apertura filiales, el Banco ProCredit, desde un inicio se enfocó en dar soporte a través de sus créditos a las empresas más pequeñas que son las también llamadas MiPymes (Micros, pequeñas y medianas empresas), porque consideran que son el motor de la economía de un país al ser generadoras de fuentes de empleo y que en Ecuador generan el 25% del Producto Interno Bruto No Petrolero del país y emplean al 70% de la Población Económicamente Activa.

Planteamiento y formulación del problema

Desde sus inicios el Banco ProCredit en el Ecuador, generó créditos para el sector microempresarial, al de las pequeñas y medianas empresas, pero a partir del año 2012 decidieron suspender la línea de préstamos para las microempresas, pero lo fueron realizando paulatinamente vendiendo su cartera de crédito a otras instituciones financieras, sin embargo en la actualidad el Banco sigue generando créditos a las pequeñas y medianas empresas, mas no al sector corporativo como lo realizan los demás bancos. ¿Cuáles son los factores que inciden en que el Banco decida eliminar de su portafolio las operaciones de préstamo a los microempresarios?

Objetivo General

Analizar, de forma holística, los factores que incidieron en el cese de las operaciones de microcrédito en el Banco ProCrédit.

Objetivos Específicos

1. Fundamentar las operaciones de microcrédito en instituciones financieras a través de la consulta de la literatura existente.
2. Diagnosticar los factores de manera holística que incidieron en el cierre del portafolio de microcrédito a los microempresarios en el Banco ProCredit.
3. Formular estrategias para que el Banco ProCredit pueda reintegrar el servicio de crédito microempresarial a su cartera de productos.

Delimitación

El presente trabajo de investigación se demarca en conocer concretamente cuáles fueron las principales causales fundamentadas en teorías financieras y microfinancieras que ocasionaron el cierre de la línea de crédito para los clientes microempresariales del Banco ProCredit Ecuador a partir del año 2012, conocer hasta que fecha y cómo se dio este período de transición, además de las consecuencias que se generaron en la etapa posterior a este suceso.

Justificación

Se ha elegido este caso de estudio en base a un problema real que enfrentó el Banco Procredit en el año 2012 cuando tuvo que ceder su cartera de clientes microempresariales a otras instituciones financieras para recuperar los montos de los préstamos otorgados, a pesar de que el Banco cuenta con experiencia en este campo en otros países que al igual que Ecuador están en vías de desarrollo.

El presente trabajo investigativo está alineado con el Objetivo No. 10 del Plan Nacional del Buen Vivir, el mismo que menciona en el apartado 10.5 lo siguiente: “Fortalecer la Economía Popular y Solidaria EPS, y las micro, pequeñas y medianas empresas - MiPymes en la estructura productiva”, que para poder fortalecer a dichos sectores se necesita contar con el apoyo del sector financiero que en este caso serían los Bancos.

Con esta investigación se busca conocer los factores que desvincularon al Banco ProCredit del segmento de microcrédito, para poder sugerir posibles soluciones al Banco y que pueda reintegrar dentro de sus líneas de crédito al sector microempresarial, o para que otras instituciones financieras puedan analizar la factibilidad de este tipo de créditos y a su vez generar un beneficio mutuo entre la Banca y las MiPymes, además de que el análisis exploratorio-descriptivo de este estudio pueda ser utilizado como referencia para futuras investigaciones.

MARCO TEÓRICO

El microcrédito tiene sus orígenes a partir del año 1977 en Bangladesh con el PhD. Muhammad Yunus, Doctor en Economía ganador del premio Nobel en el 2006, al ver que luego de una crisis de hambruna su país había quedado devastado y ante su sueño de poner fin al sufrimiento de su pueblo, tuvo la iniciativa de crear una empresa que otorgara microcréditos los mismos que empezaron con pequeños préstamos para las personas que no podían acceder a préstamos en los grandes bancos y que lo utilizarían como inversión en su pequeño negocio para obtener una rentabilidad a futuro, es así como logró fundar el Banco Grameen, que significa “rural” en Bengálí. (Gup, 2003)

Es así como se origina el microcrédito para solventar las necesidades de un sector desatendido y el cual al ser muy emprendedor pudo salir adelante, y a su vez el concepto de microcrédito se fue expandiendo para los países en vías de desarrollo como en el Ecuador y en donde las microempresas representan aproximadamente el 90.4% en una muestra de 810.272 empresas encuestadas en el año 2013 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Para definir las microfinanzas se puede citar un concepto estándar según Ledgerwood (1999) que dice “se refiere a la prestación de servicios financieros a

clientes de bajos ingresos, incluyendo a los autoempleados” mientras que Rahman (2000) ofrece un concepto un poco más amplio sobre las microfinanzas y las define como “mecanismos innovadores para la provisión de crédito y facilidades de ahorro destinados a aquella porción de la población tradicionalmente excluida del sector financiero formal” (Bekerman & Cataife, 2004)

Es un poco difícil hacer una diferenciación entre los términos de microfinanzas y microcrédito porque ambos conceptos se refieren a transacciones en instituciones financieras cuyo valor es de menor cuantía, aunque el término microcrédito se describe exclusivamente a la otorgación de préstamos, mientras que las microfinanzas incluyen al microcrédito entre otros productos financieros como el microahorro, microseguros, transferencia de remesas entre otros. (Berger, Goldmark, & Miller-Sanabria, 2007)

El término microempresa según Torres (2000) “es la organización económica, administrada por una o más personas emprendedoras, que tienen objetivos económicos, sociales y éticos. Aplica la autogestión y tiene gran capacidad de adaptarse al medio.” De acuerdo con esta definición los microempresarios tienen que buscar las formas de autogestionarse para poder obtener un capital en el emprendimiento de su negocio, es por esto que en la actualidad en el Ecuador y América Latina existen varias entidades financieras dedicadas a este segmento, como lo son las cooperativas de ahorro y crédito, mutualistas, sociedades financieras y ciertos bancos.

Anteriormente se consideraba que los micronegocios los emprendían personas cuyos recursos eran escasos, pero esta aseveración ha dado un gran giro en la actualidad porque podemos observar que muchos negocios de emprendimiento con bajo capital pertenecen también a las personas cuyos recursos económicos son mayores e incluso personas con un nivel de estudios superiores. (Calderón, 2011)

Pedro Flores (Asesor de Proyectos del Área Microempresas de la Fundación Miguel Kast) menciona que “fomentar la capacidad emprendedora es una estrategia clave para la superación de la pobreza, basada en el empoderamiento de la educación y capacitación. Señala la necesidad de complementar programas de microcrédito, con programas de creación de emprendimientos y por otra, de articularlos fluidamente para transformar a personas emprendedoras sin acceso a un financiamiento y educación en empresarios de microempresa y autoempleo” (Calderón, 2011)

DESARROLLO

Tipo de estudio

Este caso de estudio se abordará desde dos tipos de investigación:

- Exploratorio porque se pretende brindar una visión general de la problemática presentada y para incrementar el grado de familiaridad con este tipo de casos aunque el objeto de estudio sea distinto.
- Descriptivo porque se plantea explicar o describir cuales fueron los factores que intervinieron para que el Banco ProCredit dejara el segmento de microcrédito. Se plantea medir cuales fueron los componentes de este fenómeno y proceder a analizarlos.

Hipótesis

Deficiencia en la comunicación interna y en los procesos operativos, sumado a la sobreoferta del microcrédito conllevaron a su eliminación dentro del Banco ProCredit.

Métodos empleados

- Método teórico (Revisión documental)

Se ha utilizado la revisión documental para conceptualizar los términos más relevantes del marco teórico, mismo que permite delimitar con mayor exactitud el caso de estudio, este método sirve para analizar la literatura existente tomando en cuenta los ejemplos anteriormente estudiados por otros autores y poder hacer una comparación del caso actual.

- Método empírico (Entrevistas)

Para comprobar o descartar la hipótesis presentada y luego de la clasificación de sus variables estudiadas se requerirá el instrumento entrevista como método de recolección de datos para contrastar los resultados con métodos investigativos utilizados.

Diseño de la entrevista.

Para corroborar la hipótesis planteada, luego del análisis de cada una de las variables y presentación de los instrumentos de medición se han diseñado tres encuestas al personal con mayor experiencia en sus distintas áreas dentro del Banco.

Resultados de las entrevistas

Se realizaron 3 entrevistas a diferentes empleados, uno de ellos fue el ex Gerente Nacional de Negocios cuya experiencia en el área era de 12 años y de la cual se obtuvo la siguiente conclusión:

La visión a nivel mundial del banco ha dado un giro en los últimos años, específicamente desde el 2010 en el Ecuador cuando decidieron cerrar el segmento de microcrédito, incluso en otros países como por ejemplo todos los bancos que existían en África decidieron cerrarlos. En Ecuador uno de los motivos con mayor peso fue que debido a la atractiva tasa de interés que presentan los microcréditos existen muchas instituciones financieras (Bancos, cooperativas, mutualistas y sociedades financieras) que actualmente están atendiendo a este sector e incluso algunas de ellas se dedican específicamente a este tipo de créditos.

Otro de los factores que han incidido en el cese del microcrédito es que los clientes no siempre solicitaban el préstamo para invertirlo en su negocio y este era utilizado para uso personal (consumo). Hay que recalcar que el enfoque principal del Banco ProCredit es el desarrollo de las empresas, puesto que consideran que estas son el motor de la economía es por ello que el Banco no maneja entre sus línea de créditos la de consumo como si se realiza en otras instituciones financieras del Ecuador.

En la actualidad el Banco ProCredit se enfoca al crecimiento de sus actuales productos de crédito como lo son: Crédito para Pymes, agropecuario y ecocredit, además de reducir sus costos operativos a través del uso de los canales electrónicos para los servicios que ofrecen a sus clientes.

Con esta entrevista se puede aseverar una parte de la hipótesis presentada “sobreoferta del microcrédito”, como se pudo observar esto formo parte de una de las causales para su cese dentro del Banco ProCredit.

Posteriormente se realizó una entrevista a un funcionario del área de riesgos con experiencia de 4 años en el cargo, de lo que se pudo obtener la siguiente conclusión:

Con esta segunda entrevista se logró conocer un poco más a fondo de cuáles fueron los factores internos (operativos) que a pesar de que el tiempo promedio de análisis de riesgos no es muy largo (2 semanas) el hecho de que la documentación que se le proporciona a los oficiales de crédito por parte de los clientes no es completa o en ciertos casos no existe una formalidad en los documentos que forman parte fundamental para realizar el propio análisis del cliente.

Con esta entrevista se confirma la información presentada en la entrevista anterior de que muchos de los créditos otorgados no fueron utilizados para el desarrollo de los negocios y al ser un sector muy difícil de controlar por su informalidad generaron un problema para el banco sobre el control efectivo de lo que se realizaba con el dinero.

Por último se realizó una entrevista a un funcionario del área de servicios al cliente para corroborar o descartar la premisa planteada en la hipótesis sobre la “comunicación interna” de la que se obtuvo el siguiente análisis de la entrevista:

Como resultado general de esta entrevista se muestra que el Banco ProCredit invierte constantemente en la capacitación de sus empleados y que es una institución que busca innovar en sus sistemas para ofrecer un mejor servicio.

Es un punto favorable que el Banco brinde a sus clientes la oportunidad de realizar sus trámites en cualquiera de sus agencias, además de que inspiren en sus usuarios el uso de nuevos canales electrónicos para agilizar los trámites con el público.

Con respecto a la centralización del otorgamiento de los créditos desde matriz les permite a los asesores comerciales, los cuales son asesores polifuncionales, ser más independientes en el análisis para la aprobación de los préstamos y pueden programar el desembolso del préstamo para una fecha exacta, asimismo este proceso ayuda a optimizar mejor los recursos del banco para acaparar más actividades de negocio.

Sobreoferta del servicio de microcrédito

Además de las entrevistas se analizó la sobreoferta del servicio de microcrédito por parte de las demás instituciones financieras según las carteras de cada una de ellas presentados en la Superintendencia de Bancos y Seguros y de la cual se obtiene el siguiente análisis:

- Las sociedades financieras en el Ecuador dan un total de 10 sociedades financieras registradas de las cuales 7 poseen una cartera activa de microcréditos.
- Dentro de las mutualistas en el Ecuador existen 4 y todas ellas manejan una cartera de microcréditos.
- Las opciones que los clientes tienen para solicitar microcréditos a cooperativas son aún más grandes, existen 39 cooperativas de las cuales todas otorgan microcréditos.
- La situación con los bancos es similar porque de los 22 bancos entre pequeños, medianos y grandes que existen en el Ecuador 20 de ellos generan créditos a microempresarios.

Como se puede observar en los puntos anteriores existe un sector microempresarial sobre atendido, pues gran parte de los bancos, cooperativa, mutualista y sociedades financieras generan préstamos para este tipo de empresas, por lo que se puede corroborar una de las variables de la hipótesis planteada. “Sobreoferta del servicio de microcrédito”.

Calificación de riesgo del Banco ProCredit

Desde diciembre del 2010 el Banco ProCredit ha obtenido hasta la última fecha de calificaciones presentadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, la calificación de AAA- que es una de las más altas calificaciones del sistema financiero ecuatoriano misma que certifica que el Banco ProCredit goza de una excelente trayectoria en cuanto a rentabilidad generando confianza entre sus clientes, en caso de que el banco se viera vulnerado en cualquier otro aspecto interno, esta calificación contrarresta esas debilidades a través de las fortalezas que tenga la institución.

FODA

Fortalezas

- Solvencia financiera del holding.
- Uso de canales electrónicos para reducir costos operativos.
- Constantes capacitaciones a sus empleados.

Oportunidades

- Restricción de crédito por parte de los demás bancos.
- Crecimiento de las mipymes.
- Avance de la tecnología.

Debilidades

- Bajo reclutamiento externo para el área comercial.
- Personal de mandos medios con poca experiencia.
- Falta de estrategia de marketing.

Amenazas

- Cambios en medidas económicas a nivel macro.
- Eventos sobrenaturales que puedan afectar el pago de la cartera.

- Desempleo.

Propuesta

Con la información recabada en este caso de estudio se ha llegado a la conclusión de que el Banco ProCredit debería de mantener su actual cartera de microcréditos (\$56.243,22 a abril del 2016) y reestablecer el microcrédito a clientes recurrentes con el apoyo de créditos productivos para que las microempresas que actualmente son clientes del banco puedan crecer y lograr convertirse en una pequeña o mediana empresa. Para lograr cumplir esta idea principal expuesta se debe realizar los siguientes cambios:

Estrategias en base a debilidades

Tabla 1. Estrategias para superar debilidades. Elaboración: Propia

Deficiencia	Acción correctiva	Objetivo	Área responsable
Bajo reclutamiento externo del personal comercial	Usar bases de datos de talento humano con posibles candidatos	Contratar asesores comerciales con mayor experiencia en microcréditos	Talento Humano / Gerente Comercial
Mandos medios con poca experiencia	Reclutamiento externo de personal para mandos medios	Incorporar nuevas estrategias de negocios	Gerente General
Falta de estrategia de marketing	Crear un plan de marketing	Incrementar cartera de clientes	Gerente de marketing

Las estrategias presentadas anteriormente se realizaron en base a las debilidades encontradas en la matriz FODA, de las cuales las que están mayormente ligadas al presente caso de estudio son las 2 primeras porque son los asesores comerciales junto con los jefes de agencia (mandos medios) quienes deben de hacer un análisis profundo de los actuales clientes de microcrédito del banco para poder determinar cuáles sería los más idóneos para otorgarles nuevamente préstamos y velar por el cumplimiento de dichos fondos en sus negocios.

La filosofía del Banco ProCredit es generar apoyo a los sectores más pequeños de la economía de un país a través de sus distintos productos financieros, es por ello que se ha considerado que el Banco debería de seguir apoyando a sus actuales clientes de microcrédito pero con mayor rigor al momento de evaluarlos y crear en ellos una cultura financiera responsable para que estas microempresas puedan crecer y convertirse en pequeñas o medianas empresas, de esta forma se estaría cumpliendo la filosofía general del grupo ProCredit.

CONCLUSIONES

- Con la teoría consultada se pudo conocer que los microcréditos surgieron para apoyar a un sector desatendido por la banca tradicional, además se fundamentó que son los microcréditos en la actualidad, cuáles son las instituciones acreditadas para otorgar este tipo de préstamos en el país, y conocer sus tasas mínimas y máximas de interés
- A través de los métodos de investigación empleados (entrevistas y datos históricos) se pudo obtener un diagnóstico para dar a conocer cuáles fueron los factores que influyeron en el cese del microcrédito en el Banco ProCredit.
- A pesar de que los ejecutivos del Banco no han considerado retomar esta línea de crédito, se plantearon estrategias para que el Banco reestablezca los préstamos a sus actuales clientes de microcrédito con condiciones para que este determinado grupo de clientes pueda aumentar de tamaño empresarial.
- Como conclusión general se puede decir que el Banco ProCredit es un banco enfocado mayormente al sector empresarial, desde sus inicios apoyaron a las mipymes y por los factores mencionados en este caso de estudio decidieron cesarlo dedicándose a las pymes en la actualidad, pero luego de analizar su filosofía corporativa se le sugirió continuar otorgando préstamos a sus actuales clientes con el fin de que este grupo empresarial pueda crecer con el apoyo del banco.

Bibliografía

- Andrade, h. (2005). *Comunicación Organizacional Interna. Proceso, disciplina y técnica*. España: Netbiblo.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna: Proceso, disciplina y técnica*. España: Netbiblo.
- Armendariz, B., & Morduch, J. (2010). *The Economics of Microfinance*. Londres: The MIT Press.
- Banco ProCredit. (03 de mayo de 2016). *Banco ProCredit*. Obtenido de Banco ProCredit: <http://www.bancoprocredit.com.ec/conocenos/grupo-procredit>
- Banco ProCredit. (03 de mayo de 2016). *Banco ProCredit*. Obtenido de Banco ProCredit: <http://www.bancoprocredit.com.ec/conocenos/accionistas>
- Banco ProCredit. (03 de mayo de 2016). *Banco ProCredit*. Obtenido de Banco ProCredit: <http://www.bancoprocredit.com.ec/conocenos/mision>
- Banco ProCredit. (03 de mayo de 2016). *Banco ProCredit*. Obtenido de Banco ProCredit: <http://www.bancoprocredit.com.ec/conocenos/valores-corporativos>
- Bekerman, M., & Cataife, G. (2004). Las microfinanzas en Argentina: Teorías y experiencias. . *Problemas del desarrollo*, 115-136.
- Berger, M., Goldmark, L., & Miller-Sanabria, T. (2007). *El boom de las microfinanzas: El modelo latinoamericano visto desde adentro*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Calderón, J. (2011). *Microcrédito, opción de desarrollo*. Cuenca: Gráficas Hernández.
- Ferrer Riquelme, J., & Ginés Vilar, M. (2010). *Experiencias Internacionales sobre Microfinanzas*. Castellón: Universitat Jaume.
- Globse. (04 de 2016). *Globse*. Obtenido de Globse: <https://es.globse.com/>
- Goldberg, M., & Palladini, E. (2010). *Managing Risk and Creating Value with Microfinance*. Washington D.C.: World Bank.
- Gup, B. E. (2003). *The future of banking*. Westport: Quorum books.
- Inter-American Development Bank. (2005). *Al Servicio de Algo más que un Banco*. New York: Inter-American Development Bank.
- Junta Bancaria del Ecuador. (15 de marzo de 2011). *Superintendencia de Bancos y Seguros*. Obtenido de Superintendencia de Bancos y Seguros: http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/2011/resol_JB-2011-1897.pdf
- Matthäus-Maier, I., & Von Pischke, J. (2008). *New Partnerships for Innovation in Microfinance*. Frankfurt: Springer.

Matthäus-Maier, I., & Von Pischke, J. (2008). *New Partnerships for Innovation in Microfinance*. Frankfurt: Springer.

Mena, B. (2003). *Biblioteca Digital Municipal*. Obtenido de <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/>

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa.

Super Intendencia de Bancos y Seguros. (15 de marzo de 2011). *Super Intendencia de Bancos y Seguros*. Recuperado el 2016, de Super Intendencia de Bancos y Seguros: http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/2011/resol_JB-2011-1897.pdf

Vaca Perez, L., & Cadena Torres, J. (2014). *UPS*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6888/1/UPS-QT05469.pdf>

015. LOS APORTES METODOLÓGICOS PRESENTES EN EL PENSAMIENTO ECONÓMICO DE JHON MAYNARD KEYNES A LOS ESTUDIOS SOBRE EL DESARROLLO ECONÓMICO.

Autor:

Rafael Antonio Sorhegui Ortega, Ph.D.

Doctor en Ciencias Económicas.

Director de Investigación y docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad Tecnológica ECOTEC.

rsorhegui@ecotec.edu.ec

RESUMEN

La problemática del desarrollo económico constituye en sí misma una plataforma sobre la cual se confrontan los intereses de los economistas y pensadores, dado que la sociedad no es algo inamovible, sino un organismo susceptible de cambio y sujeto a un proceso constante de transformación. Constituyendo una razón que explica la necesidad de analizar la perspectiva histórica en el pensamiento económico universal sobre la temática.

La preocupación por los problemas del desarrollo económico fue en el período de la postguerra, el tema central en el pensamiento económico universal y surgió como disciplina independiente los estudios sobre el desarrollo económico.

En nuestro trabajo hemos seleccionado entre los diferentes enfoques de la época los aportes metodológicos desplegados en ese período histórico, que se encuentran presentes en el pensamiento económico de John Maynard Keynes relacionados a los estudios del desarrollo, faceta poco estudiada pues si bien es cierto no dejó de manera explícita un pensamiento sobre el desarrollo económico, no es posible el surgimiento de esta disciplina sin el legado del autor en esta materia.

Palabras clave: Desarrollo económico, Pensamiento económico universal, Pensamiento económico de Keynes.

El contexto

En el transcurso de la Segunda Guerra Mundial se inició el proceso de desintegración del sistema colonial y como consecuencia un gran número de antiguos países coloniales emergieron como Estados independientes. Muy pronto se puso de manifiesto que, si bien la independencia política constituía un importantísimo paso de avance para estos pueblos, ella, de por sí, no era suficiente para asegurarle el desarrollo económico y social a que aspiraban. El atraso relativo y la deformación estructural de sus economías que, en diferente grado, habían heredado como secuela de los largos años de dominación colonial, motivó que en este nuevo contexto el problema de cómo

acceder al desarrollo económico y social se convirtiera en el tema central para políticos y economistas.

Al convertirse la emancipación económica de los Estados recientemente independizados en un problema de la economía mundial, la atención de los economistas se dirigió otra vez hacia los problemas del desarrollo económico. Y aunque siempre fueron un tema de interés, alcanzaron mayor relevancia después de la crisis de 1929-1933, convirtiéndose en objeto de estudio particular dentro de las ciencias económicas.

También, el interés de los países recién independizados coincidió con la estrategia de Estados Unidos y Gran Bretaña para la economía de la postguerra, en la que se destacaban como objetivos esenciales el incremento de los niveles de empleo y comercio y el crecimiento de las economías subdesarrolladas.

En los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial se produjo un rediseño por parte de Estados Unidos de las relaciones económicas internacionales y de la división internacional capitalista del trabajo, en el que el Estado desempeñaba un papel cada vez más protagónico, y el diseño de políticas económicas tenía como fundamento la teoría keynesiana.

Los estudios del desarrollo económico en la postguerra.

El auge que alcanza el tema del desarrollo económico después de la Segunda Guerra Mundial en los círculos políticos y académicos de los países desarrollados, en los cuales la temática había sido objeto de un increíble “olvido”, estuvo antecedido por un conjunto de condiciones económicas, políticas y sociales que se enmarcan en una peculiar evolución de las relaciones económicas internacionales.

El sistema capitalista sufrió variaciones importantes en el período que se extiende desde el siglo XIX hasta 1930, especialmente durante la crisis de 1929-1933, lo cual llevó a realizar reajustes en la economía y una adecuación de los postulados básicos a la realidad.

La crisis socioeconómica de 1929-1933, se hizo dominante en todas las naciones subdesarrolladas, aunque no actuó sobre ellas de la misma forma. Este efecto desigual dependió en primer lugar del nivel de desarrollo alcanzado por los diferentes países, del grado de integración en el sistema de división internacional del trabajo y de la naturaleza de su integración.

Las condiciones de incertidumbre y desequilibrio que imperaban en el mundo, como consecuencia de la crisis económica, puso de manifiesto que el mecanismo económico capitalista no podía crear de manera espontánea las proporciones necesarias a escala del conjunto de la economía. El Estado tuvo que convertirse en el regulador de la reproducción del capital social.

Sin embargo, debe ubicarse plenamente este proceso en los países capitalistas desarrollados en la década del 30 del siglo XX. Es precisamente en este contexto que

por primera vez en tiempo de paz se impone la necesidad de recurrir a la regulación económica como medio de influir en el ciclo económico.

Los países capitalistas desarrollados ya en el curso de la guerra emprendieron acciones con el ánimo de prevenir el desplome de la economía capitalista mundial una vez finalizada la misma¹. Con el objetivo de asegurar condiciones internacionales más favorables para la reproducción capitalista, los gobiernos de Estados Unidos, Inglaterra y otros países constituyeron entidades interestatales llamadas a regular el comercio y las relaciones monetarias al nivel de la economía capitalista mundial: el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Internacional para la Reconstrucción y el Fomento (BIRF) y el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT). Con ello se estructuraba un nuevo sistema financiero internacional y se establecía, a su vez, un mecanismo para las relaciones comerciales en el ámbito internacional.

Al convertirse la emancipación económica de los Estados recientemente independizados en un problema de la economía mundial, la atención de los economistas se dirigió otra vez hacia los problemas del desarrollo económico. Y aunque siempre fueron un tema de interés, alcanzaron mayor relevancia después de la crisis de 1929-1933, convirtiéndose en objeto de estudio particular dentro de las ciencias económicas.

En nuestra opinión, la coincidencia histórica que se aprecia entre el auge de las teorías burguesas en los países centros acerca del subdesarrollo y el desarrollo económico en los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial, con las aspiraciones de los países que se desprendieron del sistema colonial, no es fortuita; todo lo contrario. La teoría se convierte en este caso en un fiel reflejo de las necesidades de la reproducción del sistema capitalista a escala mundial.

De todo lo anterior puede concluirse que la necesidad de los estudios sobre el desarrollo económico empezó a sentirse con urgencia durante la depresión de los años treinta y se hizo inaplazable a partir de la Segunda Guerra Mundial.

En este contexto desde el punto de vista metodológico la obra de John Maynard Keynes desempeñó un papel importante en el surgimiento de un pensamiento sobre el desarrollo como una subdisciplina científica. Dicho autor no desarrolló de forma explícita un trabajo de carácter metodológico, aunque aplicó una nueva proyección pragmática y positivista del análisis económico, sentando las bases para el nuevo enfoque de la metodología económica².

La respuesta teórica de la crisis desde la ortodoxia: John Maynard Keynes.

La gran depresión de los años treinta plantea una profunda revisión del pensamiento teórico y la política económica. La renovación de las concepciones sobre los instrumentos y métodos del análisis económico por Robbins (1932)³, la elaboración de una teoría del desarrollo económico por Schumpeter (1912)⁴ cuya obra fundamental

aparece en traducción inglesa en los Estados Unidos en 1934 y la revisión de las ideas acerca del mercado y de la teoría de la competencia por Sraffa (1926)⁵ y Robinson y Chamberlin (1933)⁶, desempeñaron el rol de desbrozar el camino y preparar las condiciones para un nuevo proyecto teórico de la economía política burguesa. Este proyecto se abre camino ante la dificultad de la escuela neoclásica para explicar los cambios socioeconómicos que caracterizaron el desarrollo del capitalismo en las primeras décadas del siglo XX. Definitivamente la nueva concepción teórica se materializa con la salida a la luz, en 1936, de la obra del economista inglés John Maynard Keynes (1883-1946): *Teoría General de la Ocupación el Interés y el Dinero*.

Con la figura de Keynes surge el primer reconocimiento teórico en el pensamiento burgués de que el desarrollo capitalista impulsado espontáneamente por sus propias leyes, no lleva al equilibrio económico, la plena ocupación y el crecimiento constante sin crisis. El hecho no es casual, durante siglo y medio el pensamiento económico burgués tuvo la no intervención estatal como uno de sus principios cardinales. Por tanto, la intervención estatal como principio activo de la política económica, la quiebra de la tradición liberal y la fase monopolista del capitalismo -incluido el capitalismo monopolista de Estado- se corresponden con una época de crisis y reajuste del sistema capitalista.

El objetivo de Keynes era establecer las bases a partir de las cuales pudiesen erigirse las políticas que crearían el ambiente macroeconómico apropiado para que las fuerzas del mercado operaran de tal manera que aseguraran el total de las potencialidades de la producción. En la Cámara de los Comunes en diciembre de 1945 señaló que: *“Las características principales de los planes, es que representan el primer intento elaborado y comprensivo de combinar las ventajas de un libre comercio con una cierta defensa contra las consecuencias desastrosas de un sistema laissez-faire que no presta atención directa a la preservación del equilibrio, y depende simplemente del trabajo eventual de fuerzas ciegas. Se trata de usar lo que hemos aprendido de la experiencia y el análisis moderno, no para vencer, sino para instrumentar el conocimiento de Adam Smith”* (1994, p. 443).

De modo que la teoría económica keynesiana es un intento de dar solución a la crisis de la economía mundial, por tanto, podemos considerar la obra de Keynes como una forma diferente de comprender el funcionamiento del capitalismo y de sus posibilidades efectivas de reproducción y de dotar al sistema en crisis de una reflexión teórica nueva, en la que se conjugan el análisis teórico y una práctica económica que confiaba menos en el mercado libre, adjudicándole al Estado la función de corregir hasta un límite razonable, en el corto plazo, los desequilibrios del sistema.

Las ideas keynesianas contribuyeron al establecimiento de las bases teóricas para la política económica en los países capitalistas desarrollados, que fueron rápidamente asimiladas en Gran Bretaña y, principalmente, en los Estados Unidos. La llamada revolución keynesiana consistió, en gran parte, en la elaboración de reglas y normas de

política económica de modo que los gobiernos pudieran aplicarlas sobre la base de la utilización de un sector estatal que permitiera una influencia global sobre la economía, mediante el manejo de su política presupuestaria, fiscal y monetaria.

La crítica keynesiana que pone en tela de juicio el punto de vista, explícito o implícito en el cuerpo convencional de la economía, detractor de la intervención del Estado, contribuyó al nacimiento del pensamiento económico sobre el desarrollo. Esta concepción supuso la ruptura de la visión monoeconómica del mundo propia del neoclasicismo. Al respecto uno de los primeros representantes de los economistas del desarrollo Hirschman (1984) señaló:

“La economía del desarrollo aprovechó el descrédito sin precedentes en que había caído la economía ortodoxa como resultado de la depresión de los años treinta y del éxito también sin precedente, de un ataque a la ortodoxia proveniente del interior del establishment de la ciencia económica. Por supuesto, me refiero a la Revolución Keynesiana de los años treinta que se convirtió en la nueva economía y casi en la nueva ortodoxia en los años cuarenta y cincuenta. Keynes había establecido firmemente la idea de la existencia de dos clases de ciencia económica: la tradición ortodoxa o clásica que se aplica -como gustaba de subrayar Keynes- al caso especial en que la economía se encuentra plenamente empleada; y otro sistema muy diferente de proposiciones analíticas y de prescripciones de política (reformadas por Keynes) que se aplica cuando hay un gran desempleo de recursos humanos y materiales. El paso keynesiano de una a dos ciencias económicas fue decisivo: se había roto el hielo de la monoeconomía y de pronto resultaba verosímil la idea de la posible existencia de otra ciencia económica, sobre todo entre el grupo de economistas keynesianos, muy influyentes a la sazón” (1984,17).

Aunque Keynes no desarrolló de forma explícita una obra de carácter metodológico, sí aplicó la nueva visión pragmática y positivista al análisis económico, sentando las bases para el nuevo enfoque de la metodología económica convencional. Como señala el profesor Héctor Castaño: *“El cambio teórico keynesiano se produce paralelamente con la expansión del programa empirista de inspiración neopositivista y con la obtención, procesamiento y manejo de macromagnitudes económicas. Estos desarrollos reflejan la necesidad de un mayor conocimiento directo de la realidad tangible capitalista que concluirá con un proceso de renovación metodológica que se iniciará con la teoría general y tendrá su máxima expresión orgánica en las décadas de 1950 y de 1960”.*

Las contribuciones metodológicas del pensamiento keynesiano a los estudios sobre el desarrollo económico.

La contribución de Keynes a los estudios sobre el desarrollo radica en la modificación que realiza a la metodología económica, sin olvidar sus recomendaciones sobre la

política económica, que encontraron considerable aceptación en los países subdesarrollados.

Entre los aspectos del pensamiento económico keynesiano que ejercieron una influencia metodológica en los estudios sobre el desarrollo, cabe mencionar los siguientes:

- Al contradecir a la economía neoclásica, Keynes contribuyó al surgimiento de un enfoque alternativo a los problemas económicos. Los economistas del desarrollo se apoyaron en tal ruptura para defender un análisis diferente, a partir de constatar realidades y estructuras distintas a las de los países desarrollados. Esta situación requería un enfoque teórico propio que se ajustara a los análisis económicos que necesitaban los países subdesarrollados.
- La teoría keynesiana señala dos aspectos que sirven de fundamento teórico en las primeras propuestas elaboradas por los economistas del desarrollo. El primero es el cuestionamiento de la ocupación plena y automática de todos los recursos en las economías capitalistas y el otro, muy vinculado al anterior, que los países no deben dejar la solución de todos sus problemas al juego del mercado, que es un mecanismo útil, pero que tiene que ser estimulado y orientado por la política del Estado.
- El papel rector que Keynes le asigna al Estado sobre el conjunto del sistema económico, propone la necesidad de coordinar las decisiones económicas a escala nacional para resolver los problemas económicos que afectan a los intereses de la sociedad en su conjunto, por lo cual había preparado una justificación de la gestión económica en el ámbito nacional lo cual en el caso de los países subdesarrollados, es de vital importancia para realizar las modificaciones estructurales que les permitirían acceder al desarrollo económico y social.
- Al colocar en primer plano una visión global de las decisiones económicas, Keynes restableció la primacía de lo político sobre lo económico. Este enfoque llevó a poner énfasis en la dimensión política de los problemas económicos y a visualizar el subdesarrollo en el marco de un proyecto político.
- El enfoque de la problemática económica como un todo (en un sentido macroeconómico) y el énfasis del autor en la interdependencia y la clasificación de las variables que implicaba dividir la economía en sectores analizando el flujo de renta en un sistema interrelacionado, favorecieron la expansión de la contabilidad nacional y la recopilación de datos estadísticos a escala internacional. Eso último coadyuvó a que los economistas tomaran conciencia de la disparidad de los niveles de desarrollo.
- Otro aporte significativo se encuentra en los instrumentos de análisis keynesianos que tuvieron una amplia utilización en las teorías del crecimiento económico: modelos R. Harrod, E. Domar y de N. Kaldor, que se intentaron aplicar en los países subdesarrollados y que colocaron en el centro del análisis el nivel de ingreso y el

mercado de ahorro e inversión, aspectos que precisamente desempeñaron un papel importante dentro de la argumentación teórica del autor.

- Por último, el rescate del tiempo histórico en el análisis económico por parte de Keynes, se verifica en la dosis de realismo que sus teorías aportaron al tratamiento de la época, al compararla con la propuesta de la teoría neoclásica como guía para la acción práctica. El análisis económico que realiza aborda el estudio de la sociedad en su conjunto y no de la empresa o del consumidor individual.

Consideraciones finales

En resumen, podemos considerar que a causa de la incesante presión ejercida por los acontecimientos sobre las ideas económicas y sobre todo de la que en general ocasionaba la gran depresión, aparece en ese marco histórico la *Teoría General* de John Maynard Keynes que refleja en el plano subjetivo los reajustes ocurridos en el mecanismo económico capitalista y los cambios que era necesario realizar en el pensamiento económico, para restablecer el nexo de la teoría con la realidad, ante la esterilidad demostrada por la teoría neoclásica como guía para la acción política.

A partir de la segunda postguerra se hicieron sentir los efectos de la influencia de la teoría keynesiana dentro de la corriente principal del pensamiento económico y en los enfoques metodológicos sobre el desarrollo económico. En este período coincide la primacía del keynesianismo en el pensamiento económico con la preocupación por parte de los economistas en los países capitalistas desarrollados, por los problemas económicos de las colonias que estaban en proceso de alcanzar su independencia.

El análisis keynesiano si bien contribuyó como fundamento metodológico a los estudios sobre el desarrollo económico, fue un enfoque elaborado desde y para los países desarrollados, de manera que su extrapolación al mundo subdesarrollado resulta poco factible si no se realiza una verdadera adecuación atendiendo los contextos y entornos.

Referencias Bibliográficas

¹ Antes de finalizar el conflicto bélico en 1944, las dos grandes potencias capitalistas de ese momento: Estados Unidos y Gran Bretaña, trazan las pautas atendiendo a sus intereses del qué y el cómo debía realizarse la reconstrucción de las relaciones económicas internacionales. Así, en agosto de 1941, los presidentes W. Churchill y T. Roosevelt, firman la Carta Atlántica aún sin conocer el destino final de la guerra donde aparece de manera explícita cuáles serían los objetivos de la política económica que les interesaría impulsar en la postguerra. Entre ellos destacan: promover el libre acceso de todos los países al comercio exterior y al aprovisionamiento de materia prima, garantizar el pleno empleo y que todos los seres humanos en todos los países pudieran vivir sin miedo o sufrir necesidad.

²La etapa moderna del desarrollo de la metodología económica comienza con la influencia del positivismo lógico. Específicamente con relación al enfoque

macroeconómico, este influjo es apreciable en el economista que marca el inicio del macroanálisis: John M. Keynes, quien al realizar la investigación para su “Teoría General” evolucionó hacia una visión pragmática dirigida hacia los problemas sociales y económicos de los años de la crisis, que tuvo como objeto eliminar los dogmas abstractos y apriorísticos de la teoría neoclásica y proyectar estas en concordancia con las realidades concretas del desequilibrio que podía verificarse empíricamente.

³ La obra de Lionel Robbins: “Ensayo sobre la naturaleza y significado de la ciencia económica”.

⁴ La obra de Joseph Schumpeter: “La teoría del desarrollo económico”.

⁵ La obra de Piero Sraffa: “Producción de mercancías por medio de mercancías”.

⁶ La obra de Joan Robinson: “La teoría de la competencia imperfecta” y la de Edward H. Chamberlin: “La teoría de la competencia monopolística”.

Bibliografía

Bayón, M. (2013). Pensamiento Económico Universal. La Habana: Editorial Félix Varela.

Bustelo, P. (1998). Teorías contemporáneas del desarrollo económico. España: Editorial Síntesis.

Castaño, H. (2002). Entender la Economía. Una perspectiva epistemológica y metodológica. La Habana: Editorial Félix Varela.

Lewis, A. (2011). Teoría para el desarrollo económico y social del caribe. La Habana: Editorial Ciencias Sociales.

Ha-Joon, Ch. (2004). Retirar la escalera. La estrategia de desarrollo en perspectiva histórica. Madrid: Edición Catarata.

Harrod, R. (1947). La influencia de Keynes en la teoría y en la política económica. Revista de Occidente.

Hirschman, A. (1984). De la economía a la política y más allá. Madrid: Editorial Ariel.

Katouzian, H. (1982). Ideología y método en economía. Madrid: Editorial H. Blumes.

Keynes, J. (1968). Teoría General de la Ocupación el Interés y el Dinero. La Habana: Instituto del Libro.

Klein, L. (1983). La Revolución Keynesiana. Ciudad de México: Editorial Trillas.

Machlup, F. (1967). Semántica económica. Ciudad de México: Editorial Siglo XXI.

Palazuelos, E. (2000). Contenido y método de la economía. El Análisis de la Economía Mundial. Madrid: Ediciones Akal, S.A.

Roll, E. (1994). Historia de las Doctrinas Económicas. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 3era edición.

Ruiz, R. (2010). Principales doctrinas del Pensamiento Económico. La Habana: Editorial Félix Varela.

Schumpeter, J. (1994). Historia del Análisis Económico. Madrid: Editorial Ariel.

016. LA CAPACIDAD DE ABSORCIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO BASE GENERADORA DE VENTAJA COMPETITIVA EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

Autores:

Fersen Harold León Villamar

Ingeniero Comercial de la Universidad de Guayaquil; Master en Administración de Empresas de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo; Docente de la Universidad Ecotec, Presidente del Directorio de la Asociación Colegio Americano de Guayaquil y Rector del Instituto Tecnológico Superior Blue Hill.

Wagner Cristhian Cañizares Albán

Ingeniero en Administración de Empresas de la Universidad Ecotec, Magna Cum Laude; Maestrante del posgrado de MBA de la Universidad de las Américas Puebla de México; Coordinador del Directorio de la Asociación Colegio Americano de Guayaquil.

Resumen del trabajo

La capacidad de adquirir conocimientos y transmitirlos se convierte en una ventaja competitiva para ser utilizado por las instituciones de educación superior y lograr el cumplimiento de sus objetivos.

Esta investigación tiene como punto central estudiar la capacidad de absorción del conocimiento en las organizaciones educativas que pueden adquirirlo del sector de la economía en el que desarrolla sus actividades, involucrando a sus recursos humanos, para valorar, asimilar y aplicar nuevos conocimientos y en consecuencia resolver problemas mediante la aplicación de un conjunto de rutinas organizativas, aplicando lo que es considerado científicamente como adquisición, asimilación, transformación y explotación del conocimiento, que al combinarse cumplen con la función de apoyar el desarrollo de estrategias, con el fin de dar valor agregado a la institución.

Las organizaciones de educación superior son las proveedoras de servicios educativos que demanda la población, y en consecuencia deben tener la capacidad de entregar productos innovadores, y de calidad para posicionarse en el mercado.

Palabras Claves

Conocimiento, absorción, adquisición, asimilación, transformación, explotación

Introducción

La construcción del conocimiento dentro de una organización no es tarea fácil, ya que forma parte de los principales fundamentos de la organización y la misma se ve sujeta a la interacción del recurso humano que la integra. En consecuencia, se debe poner especial atención a los procesos en que nace la información y la forma como se transmite a las distintas áreas de la organización, que siendo parte de la filosofía empresarial y de sus directivos, ésta capacidad de adquirir conocimientos y transmitirlos, se convierte en una ventaja competitiva, que obtendría el desempeño eficiente de sus colaboradores, y en consecuencia el cumplimiento de los objetivos propuestos por los CEOS de la organización.

Para lograr estos objetivos, es necesario disponer de capital humano altamente calificado, que posean conocimientos especializados en el área que se desempeñan y que igualmente, sean los encargados de transmitir y compartir esa información con los equipos de trabajo con los que interactúan. Más importante aún, es que sean capaces de aplicarlo, de manera que impulsen a la organización a alcanzar las metas para las cuales ha sido creada.

El conocimiento es una herramienta poderosa que bien utilizada se convierte en el eje medular que puede ser utilizado como un importante valor diferenciador frente a sus competidores, y mejor aún sí se lo hace absorbiéndolo de fuentes externas que están disponibles en el mercado.

En el desarrollo de esta investigación, se presenta información relevante que sustenta y respalda, a través de diferentes teorías la importancia de la capacidad de absorción del conocimiento, su adquisición, asimilación, transformación y explotación en la organización seleccionada para el análisis, Blue Hill College y como esta convierte la absorción del conocimiento externo en una ventaja competitiva. Se realiza una investigación de campo a través de un cuestionario, y se analiza la situación en la que se encuentra en términos del manejo del conocimiento de su personal para finalmente obtener deducciones y recomendaciones con base en esa información.

Desarrollo

Las empresas proveen productos y servicios adecuados a las necesidades de la población, pero conociendo que existe una extensa variedad de estos, es de suma importancia que las organizaciones estén en capacidad de producir bienes y servicios innovadores, y de mejor calidad, de tal manera que los mismos les permita posicionarse en el mercado de libre competencia.

Se ha probado que la ventaja competitiva es fundamental para el éxito institucional, de acuerdo a Michael E. Porter la denomina como “el valor que una empresa es capaz de crear para sus clientes, en forma de precios menores que los de los

competidores para beneficios equivalentes o por la previsión de productos diferenciados cuyos ingresos superan a los costes”.

En vista que el punto central de esta investigación es la capacidad de absorción de conocimiento en las organizaciones, es necesario mencionar algunas teorías y conceptos que han sido presentados por autores que hacen referencia al tema.

La capacidad de absorción en una empresa ha sido definida por Cohen y Levinthal (1990) como la capacidad que esta tiene para valorar, asimilar y aplicar nuevo conocimiento. Desde luego, la definición de estos dos autores es una de las tantas que han sido presentadas y tomadas como acertadas, pero no hay que dejar de lado que hay otros analistas que se han dado la tarea de sacar sus propias definiciones respecto al concepto de capacidad de absorción.

Kim Linsu (1997) considera la capacidad de absorción como la capacidad que tienen las compañías en aprender y resolver problemas, las organizaciones son sistemas de conocimiento (Zahara y George 2002).

La capacidad de absorción (ACAP) es vista por Zahara y George (2002) como un conjunto de rutinas organizativas y procesos de las firmas (organizaciones) quienes asimilan, adquieren, transforman y explotan conocimiento en razón de producir capacidades dinámicas organizacionales. Asimilación, adquisición, transformación y explotación son considerados por estos estudiosos como las dimensiones del ACAP, estos difieren en cada compañía, pero de estar presentes todos ellos cumplen con la función de apoyar el desarrollo de estrategias, innovación con el fin de dar valor agregado a la compañía.

A continuación, se presenta de forma más detallada las cuatro dimensiones del ACAP, identificadas y definidas por Zahara y George (2002):

- Adquisición

Se refiere a la capacidad que tiene una empresa de identificar y absorber conocimiento externo. Se otorga a este concepto tres atribuciones que influyen en su desarrollo, siendo estas la intensidad, la rapidez y la dirección.

- Asimilación

Son los procedimientos que permiten interpretar, procesar, analizar y entender el conocimiento que ha sido adquirido a través de fuentes externas.

- Transformación

Conocimiento que ha sido aplazado por otro, es decir, existe un remplazo en donde el conocimiento viejo, que ha tenido presente una organización, ha sido desplazado por conocimiento nuevo; no obstante, en este punto también se considera como un proceso transformacional cuando el conocimiento viejo y el nuevo son unidos, y a partir de esta relación se forma un conocimiento nuevo.

- **Explotación**

Es la capacidad que tiene la compañía por incorporar el conocimiento adquirido dentro de sus rutinas y procesos, es decir, cuando estos son llevados a la práctica.

Zahara y George, señalan que, si entre estas capacidades no existe una relación o alguna de ellas está ausente en los procesos de las organizaciones, en consecuencia, no puede desarrollarse conocimiento que ayude en la empresa a desarrollar ventajas competitivas porque cada una de estas dimensiones dependen una de la otra.

Con lo señalado se ha concluido que estas dimensiones deben pertenecer a dos componentes (Camisón y Forés, 2011):

PACAP que es la capacidad potencial de absorción, donde se señala que la adquisición de conocimiento y la capacidad de asimilación se encuentran relacionadas.

RACAP que es la capacidad de absorción realizable, en ella se involucra la transformación y explotación del conocimiento que ya ha sido asimilado e incorporado dentro de las prácticas de la organización

Como se puede observar, estos componentes indican que las organizaciones ponen a prueba las dimensiones presentadas por Zahra y George, y las mismas estarán forjando su camino para obtener el mayor beneficio posible de la capacidad de absorción de conocimiento.

César y Camisón en conjunto con Zahra y George consideran que la capacidad de aplicación o de explotación, no son sinónimo de la capacidad de innovación. Los autores señalan que la capacidad de innovación tiene su propia definición, pero esta también se encuentra formada por diversas capacidades, Zahra Y George señalan lo siguiente:

Capacidad de Innovación

Es la manifestación de la capacidad de aprendizaje interno en conjunto con la capacidad de absorción. Las empresas demuestran o desarrollan dicha capacidad a través del mejoramiento de campañas publicitarias, su marketing, como también la realización de cambios en los productos o servicios que son ofrecidos al consumidor.

Dentro de esta capacidad se identifican dos procesos:

- La innovación de procesos

Involucra realizar mejoras en las técnicas, métodos, entre otros factores que son necesarios para que la compañía siga siendo funcional y eficiente. Se concluye que a través de la innovación de los procesos las compañías pueden lograr un mayor desarrollo, éxito al optimizar recursos a través de la reducción de costos de producción, pero también esto puede maximizar sus niveles de producción.

- La innovación de productos

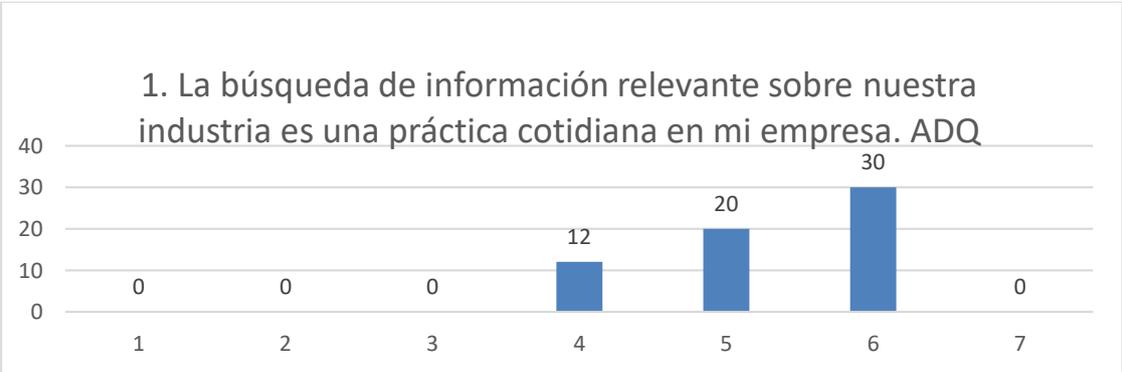
A través de este proceso las empresas producen nuevos y mejores productos, se espera que en este proceso estos hayan sido desarrollados conforme a las necesidades e intereses de la población. Se espera que este proceso se haya basado de acuerdo al desarrollo de capacidades de calidad, eficiencia, rapidez y flexibilidad.

Con este análisis de las definiciones que conduce el tema de la investigación se puede proceder a realizar la investigación sobre el análisis de la capacidad de absorción de la organización Blue Hill College cuando opta por tener conocimientos de fuentes externas utilizando un formulario exclusivo de preguntas elaborado por el Dr. Alfonso López Lira Arjona, Catedrático de la Udlap que consta de 13 interrogantes, las mismas que abarcan las capacidades de adquisición, asimilación, transformación y explotación del conocimiento externo adquirido por la organización, esta encuesta se procedió a una muestra de 12 funcionarios de la institución de distintas áreas.

Se realizó una encuesta a doce funcionarios de la institución Blue Hill College, organismo que imparte educación superior bilingüe a ciudadanos de la ciudad de Guayaquil.

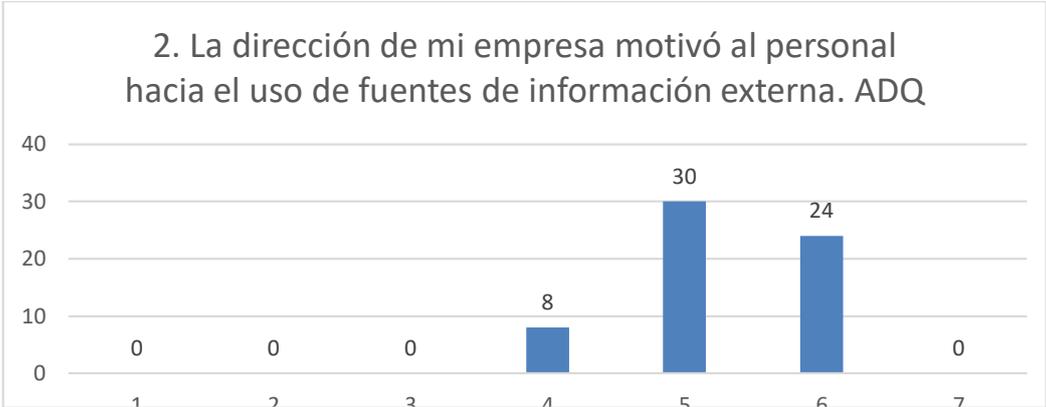
Análisis de los resultados

Existen cuatro variables en la encuesta: adquisición, asimilación, transformación y explotación del conocimiento externo, cada pregunta pertenece a una dimensión de las mencionadas.



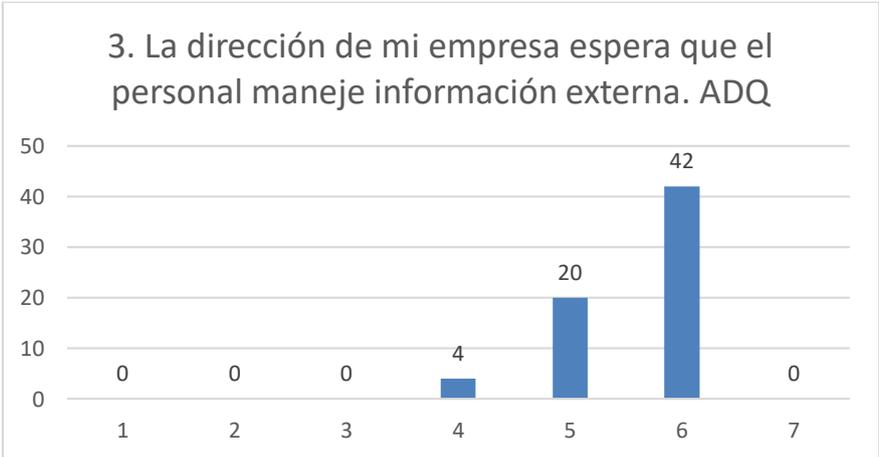
Elaborado por: autores

Los funcionarios de la organización apuntan en mayor aceptación (escala de 6, promedio de la suma 30) que en la dimensión de adquisición de la organización la búsqueda de información relevante sobre la industria educativa es una práctica cotidiana en la empresa.



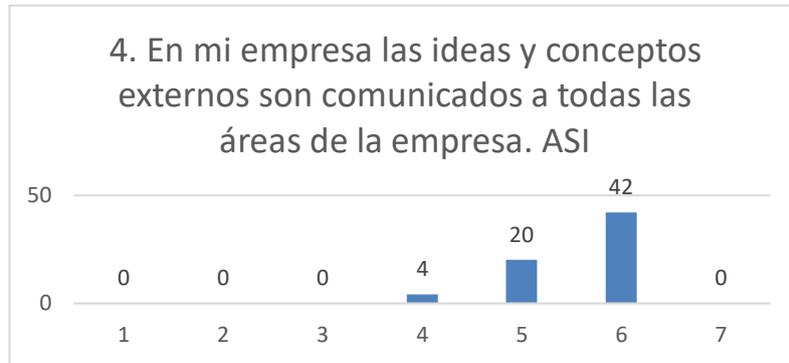
Elaborado por: autores

Los funcionarios de la organización responden con mayor aceptación (escala de 5, promedio de la suma 30) que en la dimensión de adquisición de la organización la empresa motivó al personal hacia el uso de fuentes de información externa demostrando que es política de los directivos lo interrogado.



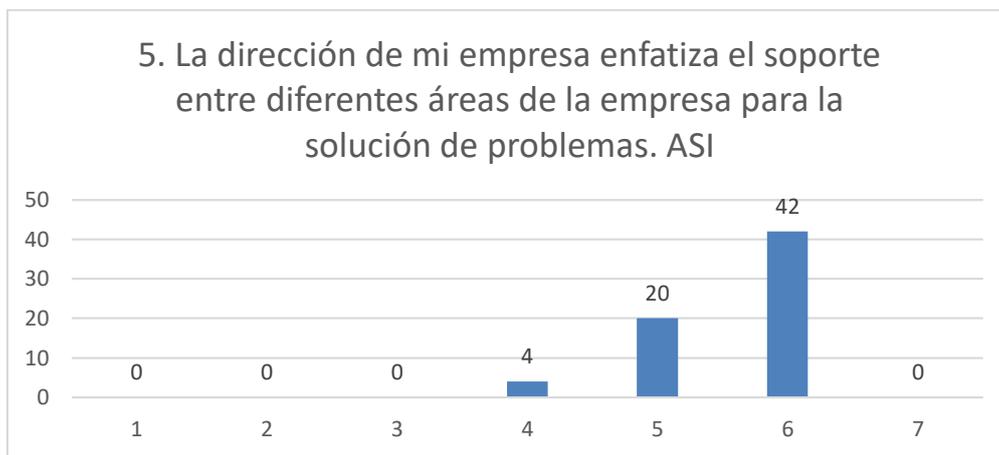
Elaborado por: autores

Los funcionarios de la organización responden con mayor aceptación (escala de 6, promedio de la suma 42) que en la dimensión de adquisición de la organización la dirección de la empresa espera que el personal maneje información externa.



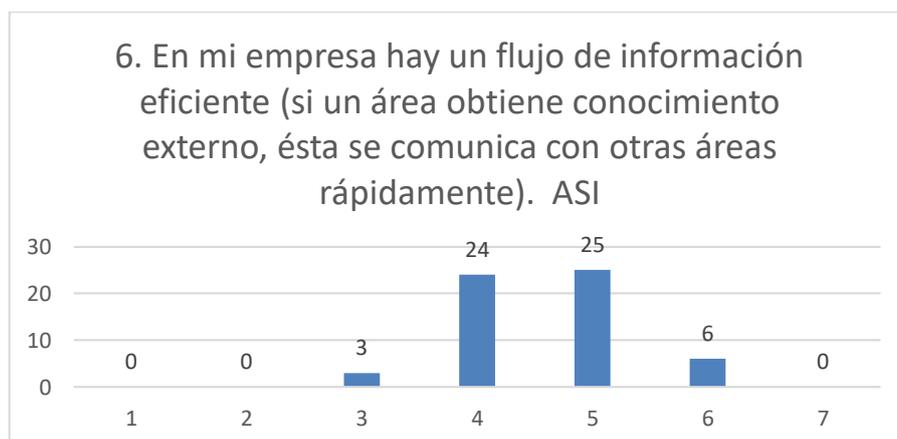
Elaborado por: autores

Los funcionarios de la organización responden con mayor aceptación (escala de 6, promedio de la suma 42) que en la dimensión de asimilación de la organización las ideas y conceptos externos son comunicados a todas las áreas de la empresa.



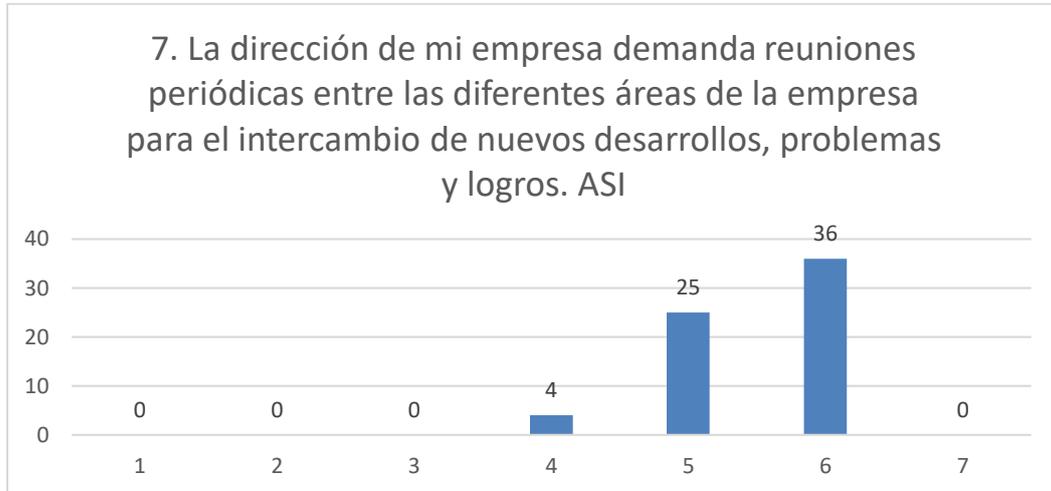
Elaborado por: autores

Los funcionarios de la organización responden con mayor aceptación (escala de 6, promedio de la suma 42) que en la dimensión de asimilación de la organización la dirección de la empresa enfatiza el soporte entre diferentes áreas de la empresa para la solución de problemas.



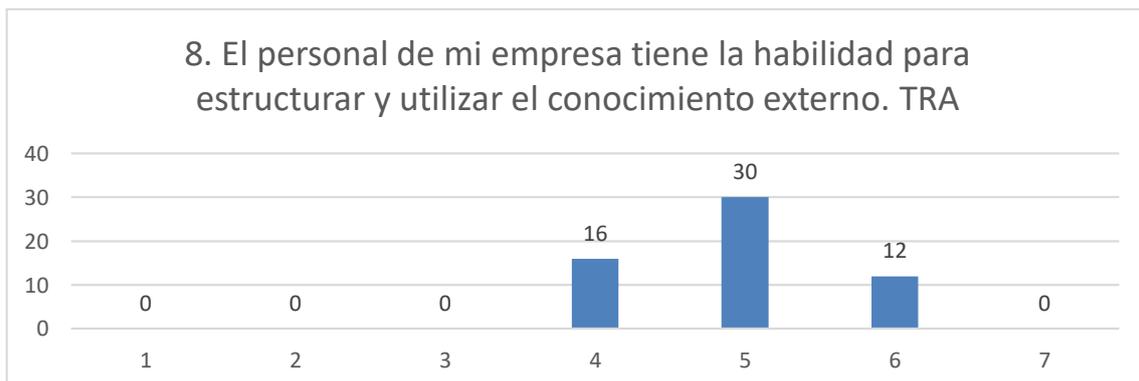
Elaborado por: autores

Los funcionarios de la organización responden con mayor aceptación (escala de 5 y 4, promedio de la suma 25 y 24 respectivamente) que en la dimensión de asimilación de la organización hay un flujo de información eficiente.



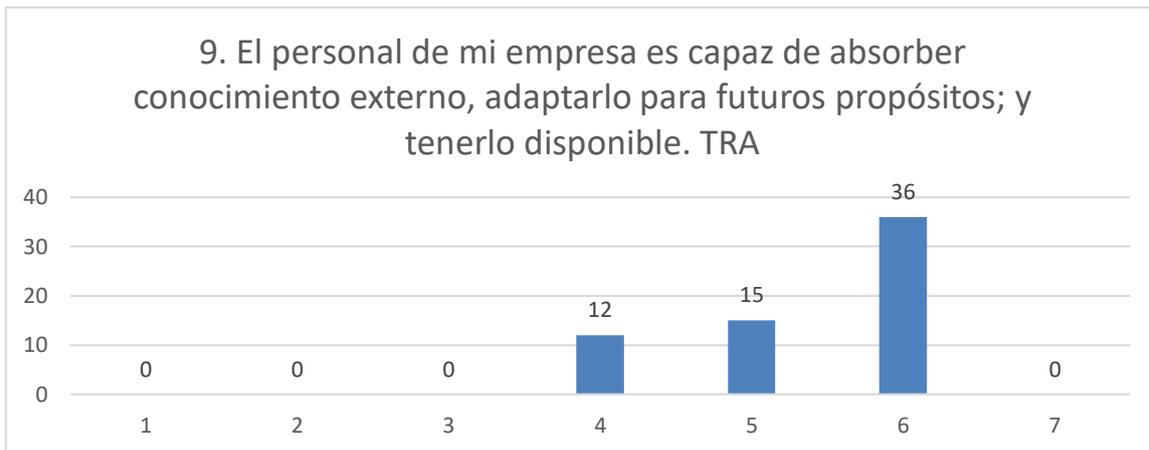
Elaborado por: autores

Los funcionarios de la organización responden con mayor aceptación (escala de 6, promedio de la suma 36) que en la dimensión de asimilación de la organización la dirección de la empresa demanda reuniones periódicas entre las diferentes áreas de la empresa para el intercambio de nuevos desarrollos, problemas y logros.



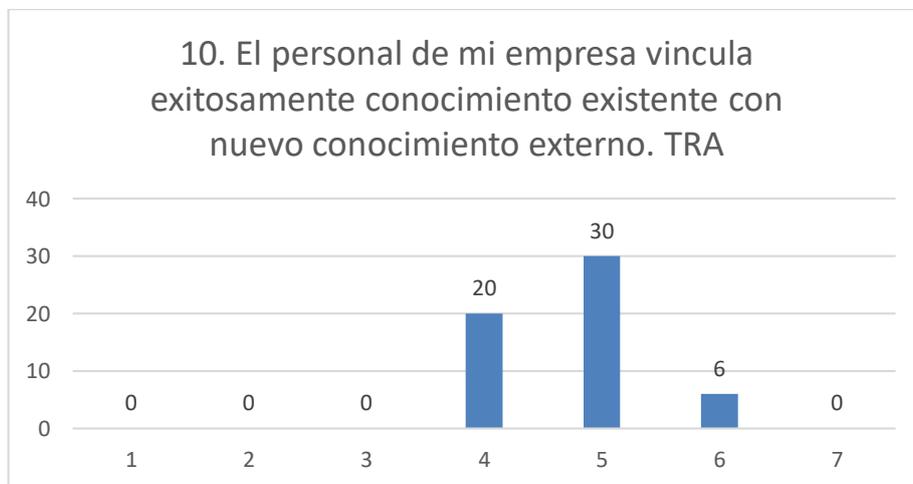
Elaborado por: autores

Los funcionarios de la organización responden con mayor aceptación (escala de 5, promedio de la suma 30) que en la dimensión de transformación de la organización el personal de la empresa tiene la habilidad para estructurar y utilizar el conocimiento externo.



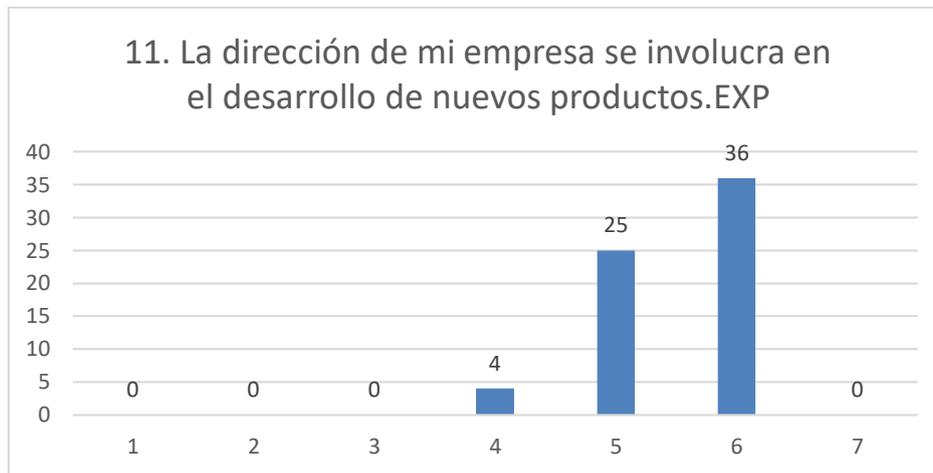
Elaborado por: autores

Los funcionarios de la organización responden con mayor aceptación (escala de 6, promedio de la suma 36) que en la dimensión de transformación de la organización el personal de la empresa es capaz de absorber conocimiento externo, adaptarlo para futuros propósitos; y tenerlo disponible.



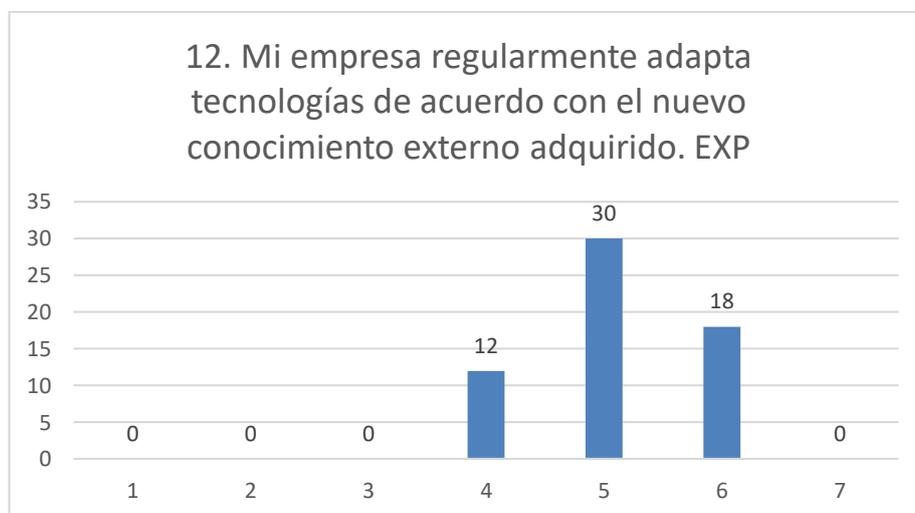
Elaborado por: autores

Los funcionarios de la organización responden con mayor aceptación (escala de 5, promedio de la suma 30) que en la dimensión de transformación de la organización el personal de la empresa vincula exitosamente conocimiento existente con nuevo conocimiento externo.



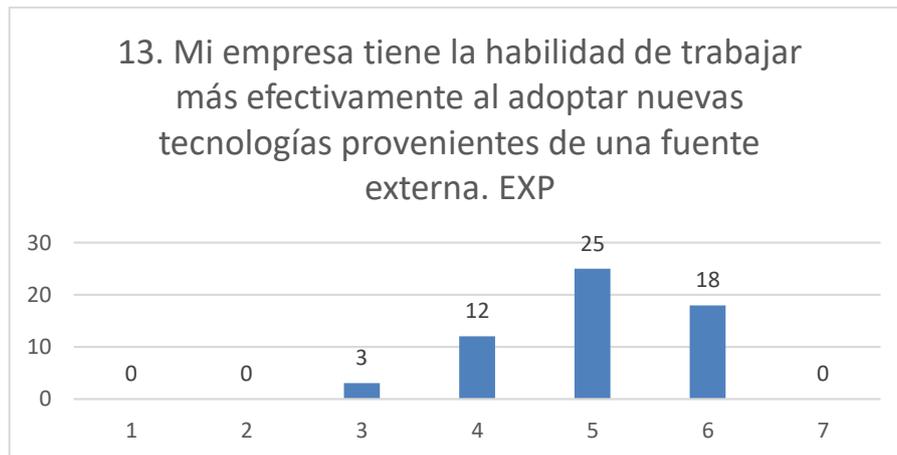
Elaborado por: autores

Los funcionarios de la organización responden con mayor aceptación (escala de 6, promedio de la suma 36) que en la dimensión de transformación de la organización la dirección de la empresa se involucra en el desarrollo de nuevos productos.



Elaborado por: autores

Los funcionarios de la organización responden con mayor aceptación (escala de 5, promedio de la suma 30) que en la dimensión de explotación de la organización la empresa regularmente adapta tecnologías de acuerdo con el nuevo conocimiento externo adquirido.

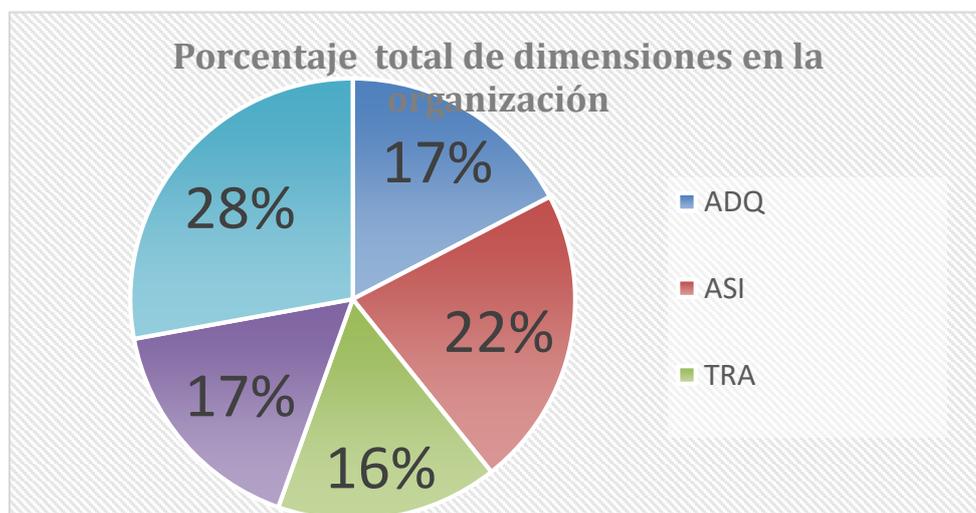


Elaborado por: autores

Los funcionarios de la organización responden con mayor aceptación (escala de 5, promedio de la suma 25) que en la dimensión de explotación de la organización la empresa tiene la habilidad de trabajar más efectivamente al adoptar nuevas tecnologías provenientes de una fuente externa.

Sobre la capacidad de absorción, al realizar un análisis por dimensiones desde el punto de vista del personal, la organización ha aplicado las dimensiones de adquisición, asimilación, transformación, y explotación en casi un 75% de todos sus procesos, pero también ha observado que existe un porcentaje considerable en donde estas capacidades no han sido desarrolladas con efectividad

Los datos señalan que en la organización no siempre se lleva a cabo de forma efectiva la capacidad de absorción de conocimiento. Aun cuando la institución recurra a fuentes externas como empresas consultoras o especialistas que puedan aportar conocimiento según las necesidades de la entidad, los datos nos indican que el personal no siempre procesa la información obtenida; no existe una comunicación efectiva en todas las áreas de la institución.



Elaborado por: autores

Conclusiones

Por lo tanto, se puede observar que hay un gran potencial de mejora dentro de la organización en el análisis de las dimensiones, a pesar de que, si se implementan actividades para poder recopilar información externa y se trata de aplicar esta en las actividades diarias, al tener que recurrir a fuentes externas, se habla de una falta de optimización de ese conocimiento.

De esta investigación se pueden tener diferentes escenarios, podría ser que existe una probable falla de comunicación por parte de los empleados, ya que a pesar de que cuentan con el conocimiento, no son capaces de hacer esas interconexiones y trabajar como equipo para la solución de problemas, a pesar del conocimiento que tienen.

Por otro lado, se podría pensar que la falta de implementación del conocimiento en cada una de las áreas y en general en la organización puede que se deba a una falta de compromiso por parte de los empleados, ya que muchas veces a pesar de que se tenga la noción de cuál es el problema y la manera en la que éste debe ser atacado, no se actúa porque eso implicaría el realizar un mayor esfuerzo tanto de tiempo como de trabajo. En algunos casos se podría pensar que el empleado simplemente se centra en realizar su trabajo que le corresponde y nada más, no hay un interés en dar ese valor agregado a lo que realiza y por lo tanto hay una innovación nula dentro de la empresa.

Es importante conocer cuál es el origen de estas interacciones y comportamientos negativos. Ya que gran parte de estas etapas del conocimiento dependen de la actitud con la que se implementen. Se debe realizar un análisis más exhaustivo dentro de la empresa y ver de qué forma se genera y aplica el conocimiento, de esta manera, se podrían observar "best practices" que llegasen a llevar algunas áreas o personas y tratar de replicarlo al resto de la organización. Por otra parte, el incentivar programas que fomenten la integración de los equipos de trabajo, capacitar a los líderes de las diferentes áreas para que éste conocimiento se enriquezca y se comparta con los equipos humanos de trabajo de Blue Hill College para en esta forma la organización obtenga resultados exitosos y cumpla con los objetivos planeados.

Bibliografía

- Cohen, W. and Levinthal, D. (1990). Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35, 128–152.
- Forés, B., and Camisón, C. (2011). The complementary effect of internal learning capacity and absorptive capacity on performance: the mediating role of innovation capacity. *International Journal of Technology Management*, 55(1/2), 56-81.

López Lira, A. (2013). Inter-firm Knowledge Transfer and Experiential Learning: A Business Sustainability Approach on SMEs' Absorptive Capacity, Doctoral Dissertation, Tecnológico de Monterrey. Cuestionario sobre Capacidad de Absorción

Porter, M. "Ventaja Competitiva". Editorial Vergara, Buenos Aires. 1994

Zahra, S. A. and George, G. (2002). Absorptive capacity: a review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27, 185–203.

017. IMPACTO DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LAS PYMES UBICADAS EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO

Autor:

Verónica Piedad Bravo Santana

Ingeniero en Contabilidad y Auditoría

Máster en Administración Pública, mención Desarrollo Institucional

Docente de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Sede Regional Manabí –
Campus Bahía de Caráquez, Manabí 131401, Ecuador

vbravo@pucem.edu.ec

RESUMEN

El desconocimiento de la cultura tributaria es una de las principales causas que afecta la recaudación de impuestos en el país. Es muy común hablar de “evasión: evitar el pago de impuestos violando la ley y elusión: evitar el pago de impuestos utilizando estrategias permitidas por la ley” (Torres, 2009) si de pagar menos impuesto se trata. El presente trabajo es el resultado del análisis del impacto de la cultura tributaria en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) ubicadas en la ciudad de Portoviejo, se analizó el aporte a la economía del país que realizan las personas naturales y jurídicas a través del cumplimiento y pago de sus impuestos como agentes de percepción y retención.

Para el desarrollo de la investigación fue necesario acudir a la exploración de campo llevando a cabo encuestas dirigidas principalmente a los microempresarios. La población objeto de investigación fueron todas las PYMES del cantón Portoviejo. Esta información fue tabulada y presentada en gráficos estadísticos, teniendo como resultado que el 85.22% de la muestra está compuesta por sociedades, contribuyentes especiales y personas naturales obligadas a llevar contabilidad que por su condición de agentes de retención cumplen con la declaración y pago de los impuestos de manera oportuna, mientras que el 14.78% son personas naturales no obligadas a llevar contabilidad y que por el desconocimiento de los derechos y obligaciones tributarias cometen evasión de impuestos debido a la no entrega de comprobantes de ventas autorizados y al control de ingresos y gastos para efectuar sus declaraciones.

Palabras clave: evasión, elusión, impuestos, pymes.

SUMMARY

The ignorance of tax culture is one of the main causes that affect the collection of taxes in the country. It is very common to hear about “evasion”, avoid paying taxes violating the law and elusion. Avoid paying taxes using strategies permitted by law” (Torres, 2009) to pay less tax. This work is the result of the analysis of the impact of tax culture in small and medium business (SMEs) located in the city of Portoviejo. The contributions to the country's economy that natural and legal people perform through compliance were analyzed and payment of taxes as agents of perception and retention.

For the development of the research it was necessary to apply to the field surveys aimed mainly to small businesses. The populations under investigation were all SMEs in the canton Portoviejo. This data was tabulated and presented in statistical graphics, resulting that 85.22% of the sample is composed of companies, special contributors and individuals required to keep accounting by its status as retention aids comply with the declaration and payment of taxes in a timely manner, while 14.78% are natural persons not required to maintain accounting records and the Ignorance of rights and tax obligations make tax evasion due to non-delivery of receipts authorized sales and control of income and expenses to make their tax returns.

Keywords: evasion, tax evasion, taxes, SMEs.

INTRODUCCIÓN

La pequeña y mediana empresa es un concepto muy difundido en todo el mundo, la definición general corresponde a un tipo de empresa con un número reducido de trabajadores cuya facturación es moderada, en este contexto las PYMES encuentran su razón de ser, ya que constituyen las organizaciones más capaces de adaptarse a los cambios tecnológicos y generar empleo, por lo que representan un importante factor de política de distribución de ingresos a las clases media y baja, y, fomentan el desarrollo económico en toda una nación. El Servicio de Rentas Internas (SRI) define como PYMES.

Al conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas. (SRI, 2016)

Si bien es cierto el sector de las PYMES es el que más ha crecido durante los últimos años conllevándolos a que estén ligados a incrementar su cumplimiento de obligaciones tributarias y requerimientos por los organismos de control y regulación;

entre ellos: la presentación y pago de obligaciones tributarias por parte del SRI y estados financieros a la Superintendencia de Compañías u otro organismo de control al que están inmersas.

La cultura tributaria es un “conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación” (Roca, 2011, 66). El desconocimiento tributario de quienes conforman las PYMES, conlleva a que el sector microempresarial no cumpla con sus obligaciones para con la administración tributaria, razón por la cual el SRI en los últimos años realizó grandes esfuerzos para controlar la evasión fiscal, que era uno de los mayores problemas que debía enfrentar el sistema tributario, la cual fue causa de efectos nocivos en la economía, impidiendo el crecimiento económico del país. “Tributar es contribuir al estado, como un compromiso y una obligación ciudadana, con el pago de impuestos en dinero, especies o servicios que servirán para financiar la satisfacción de necesidades sociales, es decir para ayudar a la economía nacional” (Delgado & Fernández 2015)

El objetivo principal de la investigación fue analizar el impacto de la cultura tributaria en las PYMES ubicadas en la ciudad de Portoviejo, la misma fue de carácter socioeconómico y político debido a la gran importancia de los resultados obtenidos los cuales permitieron denotar que el 85.22% de las PYMES objetos de estudio contribuyen significativamente en las recaudaciones tributarias de la ciudad y en su mayoría de manera puntual ya que son conscientes que al atrasarse en sus declaraciones deben cancelar multas e intereses por la presentación tardía de sus obligaciones y el 14.78% restante son personas naturales no obligadas a llevar contabilidad y que por el desconocimiento de los derechos y obligaciones tributarias cometen evasión de impuestos a causa de no llevar control de sus ingresos y gastos, inclusive muchas de ellas no están inscritas en el registro único de contribuyentes (RUC) y no cuentan con comprobantes de ventas válidos y autorizados. (Ver tabla N^o 03). Sin embargo el monto aproximado de declaración por impuestos percibidos mensualmente por las PYMES oscila desde \$1000,00 hasta \$5000,00, valores que no son suficientemente considerables para el fisco, pues los contribuyentes pueden cometer faltas e incorrecciones que perjudican la recaudación y a la administración tributaria, teniendo como consecuencia: la merma de los ingresos del estado y por tanto el entorpecimiento de la prestación de los servicios públicos, así como perjuicios para el mismo contribuyente. . (Ver gráfico N^o 01).

DESARROLLO

La investigación se realizó en la ciudad de Portoviejo teniendo como base de estudio a las PYMES. Como parte del desarrollo investigativo se acudió a la exploración de campo ya que de esta manera se obtuvo información confiable y oportuna, el análisis de resultados se fundamentó en la información propiciada por los diferentes propietarios de las PYMES, a partir de los cuales se pudo establecer el grado de conocimientos tributarios que posee cada contribuyente a la hora de cumplir con sus obligaciones tributarias.

Los métodos de investigación aplicados fue el deductivo y el método analítico – sintético, ya que se analizó cada una de las formas de cumplimiento tributario de acuerdo al tipo de contribuyente y el vector fiscal el mismo que constituye el conjunto de obligaciones tributarias asignadas por la administración.

El método analítico sintético se aplicó en la interpretación de la información solicitada a las PYMES de la ciudad de Portoviejo, efectuando análisis comparativos de los impuestos percibidos y retenidos por los tipos de contribuyentes.

La información primaria se obtuvo mediante la aplicación de encuestas a los propietarios de las PYMES que ejercen una actividad económica en la ciudad de Portoviejo. Además, se recolectó información de libros, periódicos, revistas, internet, folletos, boletines, entre otros; que permitieron llevar a cabo la investigación.

La población de la investigación fueron todas las PYMES de la ciudad de Portoviejo que se encuentran inscritas en el SRI, cuyo número de contribuyentes según la información proporcionada por el SRI 2016, es de 29.241, los cuales se ubicaron dentro de la categoría de pequeños y medianas empresas.

Tabla Nª 01. Contribuyentes que se encuentran inscritos en el SRI

CLASES DE CONTRIBUYENTES	
Contribuyentes especiales	
Sociedades	2.658
Personas naturales	
No obligados a llevar contabilidad	26.583
TOTAL	29.241

FUENTE: Servicio de Rentas Internas – SRI (2016)

Elaboración propia

Para el cálculo de la muestra objeto de estudio se trabajó con el tipo de muestreo probabilístico que son aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad. Es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra aplicando el método aleatorio estratificado considerando categorías entre sí de acuerdo a su homogeneidad, en este caso a los propietarios de las PYMES del cantón Portoviejo que figuran dentro

de la base de datos proporcionadas por el SRI como personas naturales, personas jurídicas y sociedades en general que en su preferencia cumplan con la condición de *obligados a llevar contabilidad* para medir el nivel de cultura tributaria, el grado de cumplimiento de sus obligaciones ante la administración tributaria y sobre todo como están divididas porcentualmente de acuerdo al sector que pertenecen e identificar el tipo de contribuyentes.

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

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 29241}{0,05^2(29241 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50} = 379$$

Para establecer el nivel de conocimientos tributarios que tienen las pequeñas y medianas empresas que están ubicadas en la ciudad de Portoviejo, fue necesario determinar la actividad que desarrolla cada una de las PYMES, obteniendo los siguientes resultados.

Tabla Nº 02. Actividad sectorial de las PYMES

SECTOR	FRECUENCIA	%
Servicio	136	35.88%
Comercial	147	38.79%
Industrial	69	18.21%
Otros	27	7.12%
TOTAL	379	100.00%

FUENTE: Información proporcionada por los propietarios de las PYMES (2016)
Elaboración propia

Análisis:

De acuerdo a los datos proporcionados por los dueños de las PYMES el 38.79% pertenece al sector comercial, seguido de un 35.88% dedicado a la prestación de servicios. Lo que indica que el Cantón Portoviejo se destaca por las actividades desarrolladas en negocios y empresas en el área comercial y de servicio.

El registro único de contribuyentes (RUC) “Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria” (Ley del Registro Único de Contribuyentes, 2016, Art. 1). Su función es registrar e identificar a los Contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración tributaria. Para el desarrollo de la investigación fue necesario determinar las clases de contribuyente PYMES que se desempeñan en la ciudad de Portoviejo.

Tabla N° 03. Clases de contribuyente PYMES

SECTOR	FRECUENCIA	%
Contribuyente especial	119	31.40%
Sociedad	129	34.04%
Persona natural obligada a llevar contabilidad	75	19,78%
Persona natural no obligada a llevar contabilidad	56	14,78%
TOTAL	379	100.00%

FUENTE: Información proporcionada por los propietarios de las PYMES (2016)
Elaboración propia

Análisis:

Los resultados obtenidos muestran que en la ciudad de Portoviejo en su mayoría los propietarios de pymes desarrollan sus actividades bajo la figura de sociedades representado en un 34,04%; con una diferencia mínima el 31,40% son contribuyentes especiales, seguido del 19,78% son personas obligadas a llevar contabilidad, estos tres grupos de contribuyente por su naturaleza y de acuerdo a su tercer dígito tienen establecidas sus obligaciones tributarias; es decir que el 85.22% del total de la muestra están inscritos en el Servicio de Rentas Internas y tienen su registro único de contribuyente.

En la provincia de Manabí la recaudación tributaria de las PYMES ha crecido debido al control exhaustivo que ha implementado el SRI con el ánimo de insertarlas a la base de contribuyentes. El desarrollo sostenible de las PYMES contribuye de manera directa a la economía del país inyectando la mayor parte de ingresos al presupuesto general del estado con el pago de tributos. *(Ver tabla N° 04)*

En el caso del Ecuador, ese Presupuesto General es herramienta fundamental para alcanzar los objetivos del modelo de desarrollo y está cubierto en más de 50% por los ingresos tributarios (incluidos los impuestos recaudados por el Servicio Nacional de Aduana de Ecuador (SENAE) y además, por los ingresos petroleros. Esto significa que hay una mayor sostenibilidad de las finanzas públicas, para que el Gobierno promueva y dinamice el desarrollo nacional, permitiendo dejar de depender de los

recursos no renovables, que evidentemente se agotarán en cualquier momento y que además contribuyen al deterioro del medio ambiente. (SRI, 2016)

Tabla N° 04. Recaudación efectiva por domicilio fiscal

PROVINCIAS DE MANABÍ	
AÑO 2015	
CANTONES	MONTO RECAUDADO
24 DE MAYO	452.371
BOLIVAR	1.744.945
CHONE	4.955.914
EL CARMEN	3.314.231
FLAVIO ALFARO	433.711
JAMA	901.655
JARAMIJO	11.631.087
JIPIJAPA	2.406.016
JUNIN	1.068.631
MANTA	76.397.597
MONTECRISTI	34.318.699
OLMEDO	160.680
PAJAN	1.536.479
PEDERNALES	3.560.245
PICHINCHA	1.434.135
PORTOVIEJO	49.829.349
PUERTO LOPEZ	747.574
ROCAFUERTE	721.498
SAN VICENTE	829.429
SANTA ANA	1.314.734
SUCRE	5.851.097
TOSAGUA	2.195.228
Total general	205.805.305

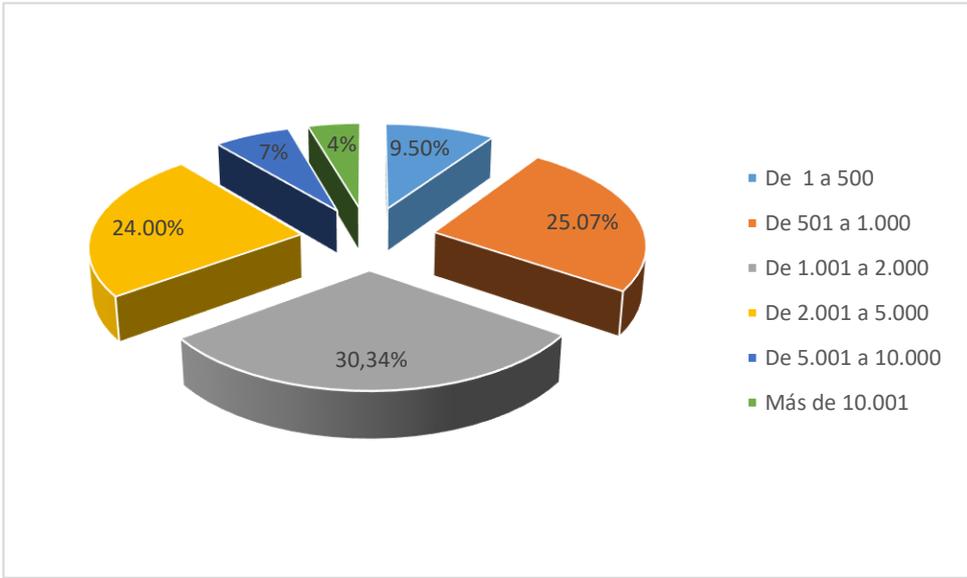
FUENTE: Dirección Nacional de Planificación y Gestión Estratégica - SRI (2016)
Elaboración propia

Análisis:

Como podemos observar la Provincia de Manabí, aporta significativamente a los ingresos no petroleros tributarios y no tributarios del presupuesto general del estado. Siendo el cantón Manta el mayor referente, a lo cual le sigue el cantón Portoviejo objeto de estudio en esta investigación. Las PYMES son el motor de la economía regional, es evidente su contribución al desarrollo socioeconómico del país. Por tal motivo dentro del cuestionario de encuestas fue necesario indagar el monto

aproximado de sus declaraciones mensuales por impuestos percibidos. (Ver gráfico N° 01) “el desarrollo de las PYMES es un proceso de gran importancia en la construcción de un sistema competitivo y su aporte dentro de la economía de un país es considerable” (Gelmetti, 2011)

Gráfico N° 01. Monto aproximado de declaración por impuestos percibidos mensualmente por las PYMES



FUENTE: Información proporcionada por los propietarios de las PYMES (2016)
Elaboración propia

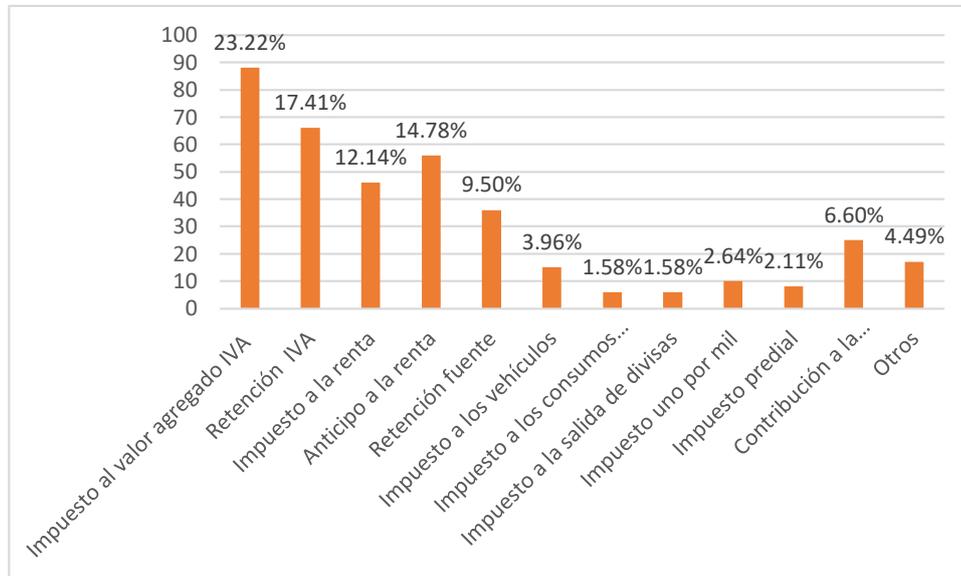
Análisis:

En el gráfico N° 01 se puede observar que la recaudación de impuestos por parte de los contribuyentes es aceptable, los propietarios de las PYMES que realizan alguna actividad económica cumplen con sus obligaciones y generan una cierta cantidad de impuesto por pagar al fisco, aunque esto no es suficiente cuando sabemos que la mayor parte de los ingresos públicos del presupuesto del estado dependen en su gran totalidad de los ingresos no petroleros.

Ingresos no petroleros tributarios son los impuestos administrados por el SRI: el impuesto a la renta, el impuesto al valor agregado (IVA), el impuesto a los consumos especiales (ICE), el impuesto a la herencia, el impuesto a la salida de divisas, el impuesto a los activos en el exterior, y el impuesto a los vehículos motorizados de transporte terrestre. También son ingresos

tributarios los aranceles o los impuestos a las importaciones que son administrados por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) (SRI, 2013, p. 21).

Gráfico N° 02. Obligaciones tributarias declaradas y canceladas por las PYMES



FUENTE: Información proporcionada por los propietarios de las PYMES (2016)
Elaboración propia

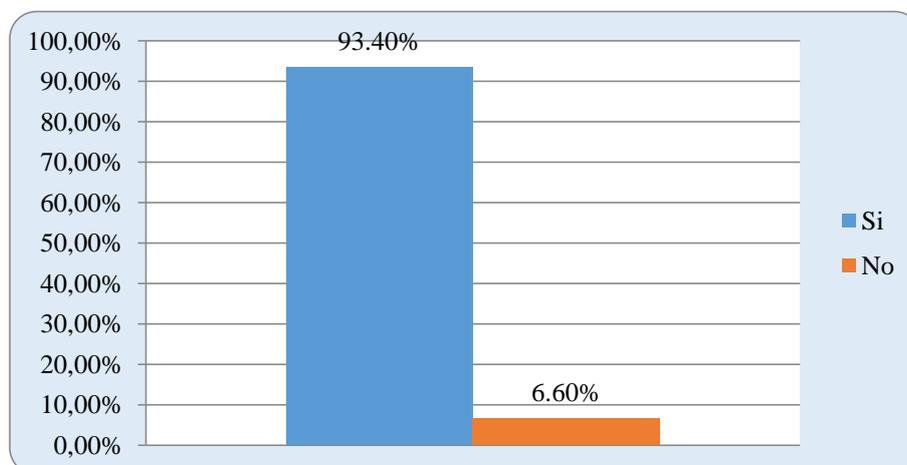
Análisis:

Las PYMES en general deben cumplir con sus obligaciones tributarias, lo cual indica que esta imposición de tributos se ha generado con el pasar del tiempo por las medidas adoptadas por el régimen actual, que busca solventar e incrementar la capacidad impositiva de recaudación por impuestos para generar más labor social, obras de infraestructura, entre otras “el pago de tributos es la principal manera en que los ciudadanos y las ciudadanas participamos en el desarrollo del país: contribuimos al sostenimiento del estado” (SRI, 2013). Como resultado de las tabulaciones el 23.22% efectúa la declaración y pago del IVA y su componente relacionado que es la retención IVA lo efectúan en un 17.41%. Lo que sí es preocupante es que solo el 9.50% declara retención fuente más aún cuando el 85.22% de la muestra está compuesto por sociedades, contribuyentes especiales y personas naturales obligadas a llevar contabilidad y según la norma son agentes de retención.

Se considera agentes de retención a toda persona jurídica, pública o privada, las sociedades y las empresas o personas naturales obligadas a llevar contabilidad que paguen o acrediten en cuenta cualquier otro tipo de ingresos

que constituyan rentas gravadas para quien los reciba, actuará como agente de retención del impuesto a la renta (LORTI, 2016, art. 45).

Gráfico N° 03. Conocimiento de las PYMES de las sanciones emitidas por el SRI en el caso de incumplimiento de obligaciones y disposiciones tributarias



FUENTE: Información proporcionada por los propietarios de las PYMES (2016)
Elaboración propia

Análisis:

De acuerdo a las respuestas obtenidas por los propietarios de las PYMES el 93.40% afirma tener conocimientos de las sanciones por parte de la administración tributaria en caso de la no presentación de las respectivas obligaciones tributarias en las fechas correspondientes, resultados que corroboran lo citado en el gráfico N° 02, en donde se establece que el 9.50% solamente cumplen como agentes de retención de impuesto a la renta mensual que por descuido u olvido no cumplen con lo que determina la ley, ocasionando una infracción tributaria.

Infracción tributaria es toda acción u omisión que implique violación de normas tributarias sustantivas o adjetivas accionadas con pena establecida con anterioridad a esa acción u omisión: Para efectos de juzgamiento y sanción las infracciones tributarias se clasifican en contravenciones y faltas reglamentarias. Constituyen: contravenciones las violaciones de normas adjetivas o el incumplimiento de deberes formales y faltas reglamentarias las violaciones de reglamentos o normas secundarias de obligatoriedad general. (Código Tributario, Arts. 314 -315)

CONCLUSIONES

Cultura tributaria es el grado de conocimientos que tiene el contribuyente al declarar y cancelar sus obligaciones para con la administración tributaria haciendo conciencia

que el pago de tributos son recursos que pertenecen a los ciudadanos y que el estado los retribuye en calidad de obras: infraestructura, instituciones educativas, hospitales, control y seguridad.

El sector de mayor relevancia que ejercen las PYMES ubicadas en la ciudad de Portoviejo con un 38.79% pertenecen al comercial y un 35.88% dedicado a la prestación de servicios.

El 85.22% de las PYMES está compuesta por sociedades, contribuyentes especiales y personas naturales obligadas a llevar contabilidad que por su condición de agentes de retención cumplen con la declaración y pago de los impuestos de manera oportuna.

El aporte más significativo a los ingresos no petroleros del presupuesto general de estado; es la declaración y pago que realizan las PYMES del impuesto al valor agregado y su componente retención de IVA, impuesto a la renta anual, retención en la fuente mensual y anticipo del impuesto a la renta. (*Ver gráfico N° 02*), considerando que este último es el único impuesto que tiene efecto de percusión, mientras las otras declaraciones mencionadas como mayormente declaradas tienen efecto netamente de traslación. Por lo que el flujo de efectivo de la empresa no se ve afectado pues más bien las PYMES actúan como agentes de percepción y retención.

Gran parte de las PYMES cumplen con sus obligaciones tributarias, pero también es cierto que no todas cumplen debido a que no tienen los conocimientos adecuados y pertinentes a la parte contable y tributaria, muchas de ellas evitan el pago de impuestos violando la ley o utilizando estrategias permitidas por la ley a causa de los vacíos que en ella existen.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Corporación de estudios y publicaciones. (2014) Código Tributario y su Reglamento – Legislación conexas concordancias. Quito.

Delgado Rivero, F. y Fernández Llera, R. (2015) Impuestos para todos los públicos. Madrid, ESPAÑA: Larousse - Ediciones Pirámide.

Departamento de Servicios Tributarios Direccional Nacional – Departamento de Comunicación - SRI (2013) Equidad y desarrollo – Libro del futuro contribuyente [7ma ed.]. Quito. Sesos Creación Visual

Dueñas, J. (2004) Ley del Régimen Tributario Interno Tomo I. Quito. Corporación de estudios y publicaciones.

Gelmetti, C. (2011) Pymes globales: estrategias y prácticas para la internacionalización de Pymes (2a. ed.). Buenos Aires, AR: Ugerman Editor.

Registro Oficial Suplemento 463 de 17-nov.-2004 (2016) Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno – LORTI, última modificación: 21 de julio 2016 Estado: Reformado

Registro Oficial Suplemento 398 de 12-ago.-2004 (2016) Ley del Registro Único de Contribuyentes –RUC, última modificación: 20-may.-2016

Roca, C. (2008) Estrategias para la formación de la cultura tributaria – Asamblea General del CIAT N° 42, Guatemala. Serie Temática Tributaria N°15 septiembre 2011 Asistencia al Contribuyente p. 66

SRI (2016) SRI, Servicio de Rentas Internas. Recuperado el 09 de agosto de 2016: <http://www.sri.gob.ec>

Torres, M. (2009) Impuestos. Argentina. El Cid Editor

018. EL TIMBRE CAMBIARIO COMO MEDIDA SUSTITUTIVA DE LAS SALVAGUARDIAS Y SU EFECTO EN LA BALANZA COMERCIAL DEL ECUADOR.

Autores:

Ing. Vanesa Pamela Poveda Romero

Ingeniero en Administración de Empresas

Universidad Tecnológica ECOTEC

vpoveda@bestdoctorsinsurance.com

Econ. Brian Guillermo Williams Flores, MGS

Docente a tiempo completo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales,

Magíster en Marketing y Dirección Comercial

Universidad Tecnológica ECOTEC.

bwilliams@ecotec.edu.ec

RESUMEN

El Ecuador, al no poseer una moneda propia y ante las eventualidades externas como la caída del precio del petróleo o la depreciación de la moneda de los países vecinos, adoptó una política comercial proteccionista con la finalidad de resguardar la industria nacional. En este estudio se analizó la situación económica ecuatoriana por medio de la balanza comercial de los periodos 2014, 2015, e inicios del 2016; al adoptar en marzo del 2015 la medida de salvaguardia por balanza de pagos, que incidió directamente a reducir el nivel general de las importaciones, pero desafortunadamente existieron otros efectos en la economía como la inflación, ya que al colocar una sobretasa adicional provoca que la producción local encarezca por motivo que el país no es industrializado y es necesario importar insumos para la producción, viéndose afectado no solo el consumidor final sino toda una cadena de producción. Al ser una medida temporal el gobierno analiza otras alternativas que sustituyan a la salvaguardia, una de ellas es la propuesta del Econ. Alberto Dahik denominada “timbre cambiario” que es un mecanismo de pago para las importaciones por medio de notas de crédito que sería adquirido a través de la bolsa de valores o por medio del exportador atribuyéndole un beneficio monetario a este sector. El presente trabajo va enfocado a examinar la factibilidad para la economía ecuatoriana su implementación, determinando los posibles beneficios y/o daños que podría provocar.

Palabras clave: Timbre cambiario, salvaguardias, balanza comercial

1. INTRODUCCIÓN

El comercio internacional constituye un pilar fundamental en la economía de todos los países, cuya doctrina principal se basa en los principios teóricos de Adam Smith y David Ricardo que dieron origen a la escuela clásica de la economía y abordaron los preceptos básicos para el crecimiento económico de un país: la división del trabajo, la productividad y la especialización; estos factores son determinantes para la acumulación de capital a través de las relaciones comerciales entre agentes económicos generando beneficios mutuos, sin embargo, en la actualidad la economía mundial rige sobre las economías nacionales, influyendo en las fases de producción, distribución y consumo, comprometiendo en mayor o menor grado el funcionamiento y desarrollo de las economías nacionales.

La economía del Ecuador se basa en un modelo económico primario-exportador que concentra su mayor producción en un limitado número de bienes dando como resultado que las importaciones de productos complementarios sean mayores que las exportaciones. Lo manifestado, junto con el impacto ocasionado por la crisis económica y financiera que se inició en los Estados Unidos en el año 2007 y que tuvo sus repercusiones en Latinoamérica, hace que nuestras exportaciones comiencen a decaer en un 28.6% en el periodo 2015, según lo indica el Banco Central (BCE), provocado por la reducción de la demanda de los países industrializados, hecho que se da de manera simultánea con el descenso del precio del petróleo y la apreciación del dólar. Bajo este contexto, las exportaciones se hicieron menos competitivas debido a la dolarización, provocando que la producción internacional desplace a los productos locales, lo que conlleva a que el país siga manteniendo el patrón de primario-exportador y que los problemas en la balanza comercial continúen. Con estas evidencias no sólo Ecuador sino todos los países aplican políticas arancelarias cuyo objetivo tradicional es disminuir las importaciones de bienes, hechos que justifican la intervención y regulación por parte de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

El Ecuador es miembro de la OMC desde el 21 de enero de 1996 y tiene el derecho a hacer uso adecuado de medidas comerciales excepcionales tales como las salvaguardias, mismas que permiten a los países aplicar tarifas arancelarias superiores con la finalidad de restringir temporalmente las importaciones cuando exista evidencia de que éstas causen daño grave al mercado, ayudando a proteger la producción nacional. El país optó por esta medida proteccionista desde inicios del año 2015. El Econ. Alberto Dahik (2015) propuso la aplicación de una nueva medida denominada "Timbre Cambiario", que promueve la eliminación de las salvaguardias, los cupos y las prohibiciones de importar, estableciendo un arancel fijo que también debe ser pagado por el sector público, permitiendo encarecer los dólares que se usan para importar con el propósito de beneficiar al sector exportador mediante la bonificación en "timbres" que podrán ser subastados a los importadores generando

mayor liquidez al exportador, evitando intervención del fisco. El actual gobierno ha considerado examinar la propuesta, pero fue evidente que se realizaron ajustes.

Pese a que el país se había consolidado como oferente de materias primas gracias a la ventaja comparativa de los recursos naturales producto del auge cacaotero, el boom bananero y la bonanza petrolera que fueron por décadas el pilar fundamental del crecimiento económico, sus ingresos se vieron afectados por problemas de tipo ambiental, a lo cual debemos sumar la crisis financiera de 1998 – 1999 que condujo a la dolarización oficial de la economía a inicios del año 2000, y complementado por los constantes cambios de gobiernos que no supieron aplicar una política arancelaria efectiva que hubiera protegido a las recientes industrias hasta que éstas alcanzaran niveles prudentes de competitividad internacional, la economía ecuatoriana vio interrumpido su crecimiento; desafortunadamente no se logró alterar el patrón tradicional de primario-exportador (Acosta, 2006).

Por otro lado, la economía global desde el 2002 venía atravesando un período de altas tasas de crecimiento y futuros prometedores; sin embargo, en el año 2007 el país se vio afectado por la crisis económica y financiera mundial que tuvo origen en Estados Unidos y se propagó luego a Europa, continuando hasta la actualidad, generando un entorno internacional de alta inseguridad, siendo ésta uno de los factores que ha influido en el debilitamiento de las exportaciones ecuatorianas. Desde el año 2008, el desbalance comercial ha ido en alza, especialmente en la balanza no petrolera, lo que ha provocado que el sector exportador sea vulnerable en comparación a las importaciones que ofrecen un valor agregado a los consumidores. Actualmente el gobierno está trabajando en modificar la matriz productiva para lograr el país del buen vivir, tratando de impulsar la apertura de nuevos mercados y de reducir el nivel de importaciones, aplicando una serie de medidas restrictivas para disminuir la brecha (Ekos, 2015).

Las economías del mundo, que compiten por restaurar el crecimiento de sus exportaciones y disminuir el porcentaje de las importaciones, están apostando por las medidas proteccionistas como alternativa valedera para lograr su objetivo; día a día todos los países velan por sus intereses y se encuentran en un constante estudio para identificar a plenitud la barrera que más le convenga. Según la página oficial de Global Trade Alert (2016) los diez países que han adoptado en mayor cantidad, para contrarrestar la crisis global, son: India con 504 medidas, seguido por Rusia (478), Estados Unidos (377), Brasil (281), Alemania (224), China (222), Indonesia (213), Reino Unido (213), Francia (201) e Italia (197). Aumentando las restricciones en el comercio se ha evitado que la balanza comercial empeore.

Hace pocos meses se abrió el debate sobre los efectos lesivos para nuestra economía de la aplicación de las salvaguardias, por tal motivo salió a la luz la posibilidad de sustituir dicha medida por otra no tan estricta y que trate de causar el efecto deseado sobre la Balanza de Pagos que es reducir su déficit; entonces la

pregunta que se plantea es ¿Qué efectos tendría la medida “Timbre Cambiario” en la Balanza Comercial?

La medida de salvaguardia de balanza de pagos que aplico el Ecuador para restringir las importaciones de manera temporal inició el 11 de marzo del 2015 y al momento de realizar la presente investigación sigue vigente, renovándose por un año más; por ello el presente documento se centra en comparar las balanzas comerciales del 2014 y 2015 y el primer bimestre del año 2016 a fin de analizar los efectos que originaron la aplicación de esta medida, explorar los efectos que surgieron posterior a su aplicación y considerar los efectos con la nueva propuesta comercial. Se ha considerado a la propuesta denominada Timbre Cambiario junto con las Salvaguardia como variables independientes, y a la Balanza Comercial como variable dependiente.

La investigación del presente tema es de sumo beneficio ya que al tener una nueva propuesta comercial se analizará si es conveniente o no la aplicación, cómo sería el funcionamiento, cuáles serían los sectores económicos beneficiados, si es el modelo necesario que el país necesita para salir de la desaceleración económica que ha generado una serie de problemas como la reducción de producción y el desempleo. Por otro lado, el país atraviesa el crecimiento de las importaciones, la caída del precio del petróleo que es en gran medida el principal factor que incide en las variaciones que se den en las exportaciones y adicional la crisis internacional que también afecta a los países desarrollados provocando la disminución mundial de las importaciones en referencia a la obtención de materia prima, como por ejemplo en el año 2015 tres de los cinco productos tradicional que Ecuador vende al extranjero que son camarón, atún y café presentaron una caída entre el 12.7% y 19.9% según datos del Banco Central del Ecuador (BCE), lo cual ha perjudicado a la balanza comercial. Ante todo, esto, el país ha visto la necesidad de aplicar políticas comerciales para contrarrestar los efectos en la economía y proteger el mercado local, pero será el “timbre cambiario” la medida correcta para fortalecer y renovar el mercado nacional.

2. DESARROLLO

El timbre cambiario es una innovadora propuesta de defensa comercial, que tal vez no ha sido aplicada en otros mercados, lo cual lleva a profundizar los niveles de investigación sobre este tema ya que su finalidad sería el de sustituir a las salvaguardias con el propósito de darle una mayor competitividad al sector exportador mediante bonificaciones que podrán ser subastada con el objetivo de generar un mayor poder adquisitivo en este sector.

La investigación es de carácter exploratorio-descriptivo ya que se trata de una medida proteccionista no aplicada anteriormente de la cual no existe mayor

conocimiento por lo que será necesaria la implementación de entrevistas para para lograr examinar de mejor forma el tema propuesto, sin embargo, el desarrollo estará basado en el análisis de otro tipo de medidas que el país ha implementado para analizar los efectos requeridos en la balanza comercial.

Los beneficios del comercio han permitido que las personas puedan tener un mejor nivel de vida, con el objetivo de que cada individuo adquiriera los bienes o servicios que desee; es muy difícil que un país logre ser autosuficiente en todos sus procesos para cubrir las exigencias de los consumidores, sin embargo gracias a la comercialización se puede destacar el uso de la división de trabajo que permite que cada uno se especialice en una tarea diferente donde las ganancias del comercio se deben a las ventajas de la especialización que nacen a partir de la obra de Adam Smith publicada en 1776 "*La Riqueza de las Naciones*" (Krugman, Wells, & Olney, Fundamentos de Economía, 2008).

La teoría clásica del valor y el principio de especialización se fundamenta en las valiosas aportaciones del Econ. Adam Smith donde explica una de las razones por las que se mantiene el comercio internacional: "la ventaja absoluta". En este sentido, la ventaja absoluta hace referencia que un país se debe especializar en el bien que puede producir con mayor eficiencia para luego intercambiarlo, por lo tanto la ventaja absoluta está presente cuando un país es mejor desarrollando un bien a un costo menor, provocando que exista ventajas entre los países al utilizar la menor cantidad de recursos para obtener ganancias en el intercambio, en efecto se importarán mercancías a menor costo en comparación al de producir ese mismo bien debido a la especialización, dando como resultado que todos los integrantes del mercado ganen (Parkin, 2006). Esta teoría realizó contribuciones importantes a las relaciones comerciales internacionales al mismo tiempo que tuvo fuertes críticos de diversos economistas por el hecho de que un país no puede ser eficiente en todos sus procesos productivos, con este antecedente nace la teoría de la "ventaja comparativa".

David Ricardo introdujo la teoría de la ventaja comparativa en el que explica el origen de las ganancias que generan el comercio entre individuos y entre países. Esta teoría afirma que el comercio internacional existe porque los países tienen ventajas comparativas frente a otros, por motivo que si un país es menos eficiente que otro sigue existiendo una base para un comercio con beneficios mutuos, es decir, una nación podrá especializarse en el bien donde posea una desventaja absoluta siempre y cuando pueda desempeñar esa actividad con un costo de oportunidad menor al resto de los países, con el antecedente de que se debe producir y exportar bienes donde los países sean comparativamente más eficientes que el resto de los competidores (Salvatore, 2005). Como complemento a esta teoría, el modelo de Heckscher-Ohlin indica que un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien cuando para producirlo se utiliza intensivamente los

factores abundantes en dicho país como el clima, tecnología y dotación de factores (Krugman & Wells, Introducción a la Economía, 2007).

Al comparar estas teorías se concluye que el principal beneficio del comercio internacional es que los países se vean beneficiados con el intercambio de bienes y servicios, siempre y cuando exista libertad económica, sin embargo en la práctica es muy diferente ya que existen aquellos que se benefician en mayor cantidad que otros, por ejemplo, los países desarrollados se han convertido en exportadores de bienes intensivos en capital y tecnología, mientras que los países en desarrollo son exportadores de bienes primarios.

Otro concepto que sale a flote en ésta investigación es el de balanza de pagos, que es el registro contable de todas las transacciones de los residentes de un país con el resto del mundo durante un período determinado, por lo general un año calendario, con el objetivo principal de informar la posición internacional del país, permitiendo ser el soporte para la formulación de políticas monetarias, fiscales y comerciales (Salvatore, 2005).

De acuerdo Freire, Alonso, González-Blach, & Blanco (2013), la balanza de pagos cuenta con dos grandes subbalanzas: la balanza por cuenta corriente y la balanza por cuenta de capital. Estas se subdividen en otras subcuentas que son la balanza por cuenta corriente que se divide en las siguientes partidas: la balanza comercial, que registra la diferencia existente entre el rubro de las exportaciones y las importaciones que realiza un país; la balanza de servicios que es el registro de las importaciones y exportaciones de servicios, como por ejemplo transacciones por viaje, turismo, trasportes, construcción, entre otros; la cuenta de rentas, misma que corresponde a las rentas percibidas por los propietarios de factores productivos siendo éstos trabajo o capital empleados en el extranjero y los pagos de las rentas que se envían a los extranjeros propietarios de los factores productivos empleados dentro del país; y por último la balanza de transferencia, que contempla las transacciones realizadas con el exterior, como por ejemplo remesas de emigrantes, los impuestos, las prestaciones entre otros. La segunda sub-balanza es la balanza por cuenta de capital donde se registran la inversión extranjera directa y la deuda externa o endeudamiento; también se encuentra la sección de la reserva monetaria internacional (RMI) y adicional la de errores y omisiones.

Según el autor Mankiw (2007), la balanza comercial es el registro de las transacciones contable de las importaciones y exportaciones que realiza un país con el resto de países; la diferencia de estos dos rubros es lo que se denomina exportaciones netas y se designa con el nombre de balanza comercial, con el resultado de las exportaciones netas muestra si un país es comprador o vendedor de bienes y servicios en los mercados internacionales, en la balanza comercial se puede obtener los siguientes resultados: un déficit comercial cuando las exportaciones son menores que las importaciones; un comercio equilibrado siendo

las exportaciones iguales a las importaciones; y por último un superávit comercial las exportaciones ha superado el nivel de importaciones.

Para proteger los saldos de la balanza comercial se han adoptado medidas proteccionistas. El proteccionismo es una medida económica que se toma con la finalidad de beneficiar la producción nacional frente a la competencia internacional estableciendo un porcentaje a pagar por las importaciones, de acuerdo a Samuelson & Nordhaus (2010) esta postura evita que las fuerzas de la ventaja comparativa funcionen con el máximo beneficio, los países que no consideran el principio de esta ventaja pagan un elevado precio en sus niveles de vida y crecimiento económico, se podría decir que al tener un comercio restringido a las importaciones los países no tienen un libre acceso a todos los mercados lo que permite no especializarse por las trabas impuestas y lo más importante es obtener las ganancias del comercio internacional para que los países puedan desarrollarse en todos sus aspectos.

Las medidas proteccionistas existentes en el comercio y que el gobierno puede establecer en el país para proteger a la industria nacional son de acuerdo a la página oficial de ProEcuador (2015):

- Cuotas de importación: se establecen cantidades máximas sobre las importaciones, para establecer una restricción sobre el volumen de la oferta.
- Boicot: cuando un país o varios países se niegan a comprar o vender cierto tipo de mercancías a otros países, con la finalidad de presionar para que se realicen concesiones y acciones en el ámbito internacional o interno.
- Bloqueo: es una acción política, militar y comercial agresiva que impide a un país tener lazos comerciales con otros países en forma unilateral. Ejemplo: el que Estados Unidos le ha impuesto a Cuba.

Las barreras arancelarias son impuestos o derechos de aduana exigidos cuando un bien es importado, con la finalidad de encarecer el costo del traslado de los productos que se adquieren en el país extranjero (COPCI, Act. 2015)

Las barreras no arancelarias son medidas que los países toman para proteger a la industria nacional, obstruyendo el ingreso libre de mercancías (Paul, 2006). En el país existen dos tipos de disposiciones gubernamentales, que tienen la finalidad de permitir colocar requisitos al ingreso de los productos o servicios, como determinadas reglas o ciertas características, estas son: las barreras sanitarias que proponen evitar el ingreso al país aquellas mercancías que puedan causar daño a la salud de las personas debido al posible contenido de elementos nocivos de tipo físico, químico y biológico; y las barreras técnicas que son los requisitos que debe reunir determinado producto en cuanto a su estructura en general y componentes para que pueda ingresar al mercado (ProEcuador, 2015).

En los últimos años el Ecuador ha establecido aranceles para proteger a ciertos productos con la finalidad de disminuir el consumo de los bienes importados y de esta manera evitar la salida de divisas. Es necesario mencionar que, en los últimos 6 meses del año 2014, el peso colombiano y el sol peruano sufrieron una depreciación frente al dólar, lo que ocasionó que los productos importados de esos países vecinos ingresen al territorio ecuatoriano a precios menores; generando el incremento de las importaciones, afectando a la producción nacional y a su vez perjudicando la liquidez de la economía ecuatoriana. Entorno a esta situación el país decidió aplicar el Acuerdo de Cartagena, que regula el comercio entre los países andinos dónde la economía pueda verse afectada por devaluaciones de otros países andinos, con el derecho de aplicar una “salvaguardia cambiaria” de acuerdo a la página oficial del Ministerio de Comercio Exterior (2015). Con las afirmaciones anteriores se aplicó esta normativa a partir del 5 de enero de 2015 decretado en la Resolución N° 050-2014 del Comité de Comercio Exterior (COMEX) dónde expone en el Art. 2 la aplicación de un derecho aduanero ad valorem equivalente al 7% para los productos originarios del Perú y del 21% para los productos originarios de Colombia; sin embargo, de acuerdo a la Resolución N° 1762 de la Secretaria General de la comunidad Andina (CAN) resolvió en el Art. 1 denegar la autorización para la aplicación de medidas correctivas de carácter temporal a las importaciones de Colombia y Perú, en el Art. 2 precisa que encontrándose en aplicación la medida de salvaguardia, el gobierno deberá disponer su levantamiento de manera inmediata, asimismo recomendó establecer mecanismos para la devolución a las empresas afectadas por el pago realizado por concepto de la aplicación de la medida mencionada a partir del 5 de enero de 2015. La Secretaría General en su análisis no encontró elementos suficientes que le permitieran verificar la existencia de una perturbación a las condiciones de competencia como consecuencia de la depreciación de las monedas de Colombia y Perú (Comunidad Andina, 2015). Bajo estos fundamentos el país eliminó la salvaguardia cambiaria a Colombia y Perú bajo la resolución N° 010-2015 del Comex entrando en vigencia el 11 de marzo de 2015.

Al mismo tiempo, en un comunicado oficial del 6 de marzo del 2015 se menciona:

“El panorama externo ha modificado las previsiones relacionadas con la balanza de pagos y nos enfrenta a un nuevo escenario que afecta el ámbito comercial como es la baja del precio del petróleo, la apreciación del dólar norteamericano, por lo que es necesario tomar medidas para regular el nivel general de las importaciones y equilibrar la Balanza Comercial” (Presidencia República del Ecuador, 2015).

Bajo estos fundamentos fue necesario sustituir la salvaguardia cambiaria por una medida de salvaguardia por balanza de pagos aprobada por la OMC de acuerdo a la resolución N° 011-2015 del Comex; se estableció una sobretasa arancelaria que oscila entre el 5% y 45% , de carácter temporal y no discriminatoria a determinadas importaciones, con el propósito de regular el nivel general de las importaciones, y de

esta manera, salvaguardar el equilibrio de la balanza de pagos, esta medida entro en vigencia a partir del 11 de marzo de 2015.

Actualmente el gobierno se encuentra analizando diferentes propuestas comerciales que sustituya a las salvaguardias temporales que fueron colocadas en el año 2015, una de esas es la propuesta denominada “Timbre Cambiario” del Econ. Alberto Dahik, en la siguiente sección se analizará la propuesta y el avance que ha tenido.

La propuesta de Timbre Cambiario se hizo pública en junio de 2015. Dahik (2015) en su investigación manifiesta: que es un sistema inédito, que permitirá ser una opción de mecanismo para flexibilizar el tipo de cambio para el sector exportador e importador, mediante subasta de cupos “timbres” donde todos los actores económicos tengan los mismos derechos y posibilidades de adquirirlo, con el objetivo de que el sector exportador reciba un beneficio.

En base a lo anterior, el beneficio del timbre cambiario será promover la competitividad de los exportadores y regular las importaciones con la finalidad de mantener un equilibrio de balanza de pagos y que la economía del país crezca.

El autor de la propuesta afirma en una entrevista realizada por la revista Vistazo:

“El timbre cambiario es un programa temporal, idealmente de un año, para desmontar las salvaguardias e impuestos a las importaciones y compensar la pérdida de competitividad de los exportadores, no es una medida aislada sino parte de un programa que incluye una disminución en el gasto público y corte de subsidios” (Santos, 2015).

La propuesta original contempla la reducción y unificación de todos los aranceles: la eliminación de todas las cuotas cupos, restricciones al comercio exterior, la eliminación del impuesto del 5% a la salida de capitales, que el estado pague también aranceles y adoptar un mecanismo de mercado que favorezca a estimular las exportaciones regulando las importaciones. (El tiempo, 2016).

De acuerdo a la propuesta de Dahik (2015):

- Se eliminan todas las salvaguardias, los cupos y las prohibiciones de importar.
- Se establece un solo arancel general "X" (podría ser del 15 al 18 por ciento) que también debe ser pagado por el sector público.
- Para importar se requiere comprar “timbres cambiarios” por el monto que se desee, indistintamente del producto.

El flujo operativo sería:

1. Una Comisión regula el proceso, está integrada por:

- Banco Central
 - Bancos privados
 - Sector empresarial Privado.
2. Subasta.
 3. Importadores: El Sistema contempla dos opciones:
 - La primera es que se subasten los “timbres” y se permita que la demanda establezca el precio.
 - La segunda es que tengan precio fijo.
 4. En línea:
 - La subasta se da en una página web como la de la Bolsa de Valores.
 - Se debita de la cuenta del comprador en cualquier banco el valor del timbre y pasa a la cuenta de un fideicomiso manejado por la Comisión.
 - Las instituciones del Estado también deben participar en la subasta del timbre cambiario.
 - Los timbres tendrán una vigencia de una semana, no pueden revenderse ni cederse.
 5. Recaudación: Si al subastar timbres para importar 100 millones de dólares se recaudan por ejemplo 8 millones, este dinero va a un fondo para entregar a los exportadores.
 6. Exportadores: Con este incentivo, los exportadores, que en estos años han debido bajar su margen de ganancia para competir a precios internacionales, pueden empezar a recuperarse.
 7. Vigencia: Al cabo de un año se retira el sistema de timbres cambiarios y se importa con un arancel reducido.

En cambio, el presidente Rafael Correa, en su enlace ciudadano del 14 de noviembre del 2015 y publicado por el Diario el Universo explicó:

1. Actualmente, los exportadores venden al extranjero y reciben una devolución tributaria en dólares. El presidente plantea que se reciban “timbres”, es decir, papeles que equivalen a un monto de dinero.
2. Señala que solo los productos importados considerados suntuarios tienen aranceles. Se eliminan los aranceles para materias primas y bienes de capital.
3. Los importadores solo pueden pagar los aranceles con los “timbres”.
4. Los exportadores pueden vender a los importadores los timbres que recibieron del Gobierno. El método es por subasta.
5. Ejemplo: Si un exportador recibe \$10 en “timbres”, los puede vender a \$20. El importador compra el “timbre” en \$20 y paga \$10 en aranceles.

Esta propuesta planteada actualmente ha sido acogida para análisis por el Gobierno, pero con modificaciones, teniendo el mismo fin de equilibrar la balanza comercial protegiendo a la dolarización, beneficiando a los exportadores y restringiendo las importaciones. A pesar de que, todavía no está confirmando si se podrá en práctica

“El Timbre Cambiario”, por el momento el Ejecutivo emitió el 2 de Marzo de 2016 el Decreto 943 que generó muchas dudas sobre el alcance del mismo, en el texto se determina que los pagos de las obligaciones tributarias aduaneras se deben realizar por los medios que dispone el Código Monetario en sus artículos 94 y 99, mismos que pueden ser en dólares estadounidense, divisas distintas al dólar, cheques, transferencias por medios electrónicos y digitales, tarjetas de débito, crédito u otras similares de acuerdo con las disposiciones de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.

Antes de la actualización las obligaciones tributarias aduaneras se podían pagar con dinero en efectivo, transferencias bancarias, tarjetas de crédito o de débito, notas de crédito de administraciones tributarias centrales, cheques de gerencia, certificados y del Banco Central y otras compensaciones previstas en la Ley vigente.

BALANZA COMERCIAL								
Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones								
	Enero - Dic 2013		Enero - Dic 2014		Enero - Dic 2015		Variación 2015 - 2014 USD FOB	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	Absoluta	Relativa
Exportaciones totales	29,441.00	24,847.80	31,402.00	25,732.30	31,786.00	18,365.90	-7,366.40	-28.6%
Petroleras	20,651.90	14,107.70	22,092.30	13,302.50	22,263.10	6,697.50	-6,604.90	-49.7%
No petroleras	8,788.80	10,740.10	9,310.00	12,429.80	9,522.70	11,668.40	-761.40	-6.1%
Importaciones totales	15,625.00	25,888.80	17,304.00	26,444.80	15,530.00	20,458.30	-5,986.50	-22.6%
Bienes de consumo	998.00	5,002.10	1,111.00	5,020.10	886.00	4,097.00	-923.00	-18.4%
Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos	5.00	228.30	4.00	197.70	2.80	122.70	-75.10	-38.0%
Materias primas	8,028.00	7,829.20	8,619.00	8,079.70	7,312.00	6,880.10	-1,199.70	-14.8%
Bienes de capital	579.00	6,778.00	581.00	6,648.10	484.00	5,342.70	-1,305.40	-19.6%
Combustibles y Lubricantes	6,009.00	5,927.40	6,985.00	6,417.40	6,839.00	3,944.80	-2,472.60	-38.5%
Diversos	6.40	61.70	5.30	55.70	6.50	57.50	1.90	3.4%
Ajustes (3)		62.10		26.10		13.40	-12.70	-48.6%
Balanza Comercial - Total		-1,041.00		-712.50		-2,092.40	-1,379.90	-193.7%
Bal. Comercial - Petrolera		8,180.30		6,885.10		2,752.70	-4,132.40	-60.0%
Bal. Comercial - No Petrolera		-9,221.30		-7,597.60		-4,845.10	2,752.50	36.2%

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La Balanza Comercial durante el año 2014 registra un déficit de \$712,50 millones, este resultado muestra que el comercio internacional ecuatoriano tuvo una recuperación de 30.2% comparando con el saldo comercial del año 2013 que fue de -\$1,041 millones; por otro lado, la Balanza Comercial en el 2015 registró un déficit de USD \$2,092.4 millones. Este comportamiento se explicó principalmente por una disminución de las exportaciones petroleras.

*Tabla 1: Balanza Comercial 2014-2015
Fuente: Banco Central del Ecuador*

Mientras tanto en el año 2015 los productos tradicionales que el país vende al extranjero manifestaron una caída en las exportaciones: el camarón demuestra una caída en el precio comparando con el año 2014 a pesar que las toneladas vendidas fueron mayores existió una variación del -11.4% y el atún/pescado y café/elaborados tienen una variación del -15.9% y -17.8% consecutivamente esto debido a la disminución en las ventas cabe mencionar que el precio de estos dos productos

aumentaron significativamente, según datos del Banco Central del Ecuador (BCE). Por otra parte, en la tabla N° 5 se aprecia que las importaciones para el año 2015 alcanzaron \$ 20,458.3 millones, nivel inferior en \$5,986.5 millones a las compras que fueron realizadas durante el periodo 2014 (\$ 26,444.8), lo cual representó una disminución del 22.6%. Al comparar los períodos 2014 y 2015, el grupo de productos cuyo valor FOB creció fue: Productos Diversos (3.4 %); mientras que, los grupos que disminuyeron fueron los combustibles y lubricantes (38.5 %); bienes de capital (19.6

BALANZA COMERCIAL								
Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones								
	Enero - Feb 2014		Enero - Feb 2015		Enero - Feb 2016		Variación 2016 - 2015 USD FOB	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	Absoluta	Relativa
Exportaciones totales	4,749.00	4,190.70	5,382.00	3,156.40	5,113.00	2,342.50	-813.90	-25.8%
Petroleras	3,284.40	2,226.20	3,814.20	1,132.40	3,513.60	542.70	-589.70	-52.1%
No petroleras	1,464.50	1,964.50	1,568.30	2,024.00	1,599.20	1,799.80	-224.20	-11.1%
Importaciones totales	2,673.00	4,097.00	2,684.00	3,871.70	2,387.00	2,482.70	-1,388.40	-35.9%
Bienes de consumo	160.00	697.60	155.00	761.20	113.00	518.60	-242.60	-31.9%
Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos	0.80	38.20	0.40	18.20	0.40	18.20	0.00	-0.1%
Materias primas	1,291.00	1,177.70	1,239.00	1,222.70	1,171.00	909.80	-312.90	-25.6%
Bienes de capital	94.00	1,079.10	106.00	1,056.50	61.00	658.40	-398.10	-37.7%
Combustibles y Lubricantes	1,126.00	1,097.10	1,183.00	805.20	1,040.00	371.60	-433.60	-53.9%
Diversos	1.10	7.20	1.00	7.30	1.20	6.10	-1.20	-16.7%
Ajustes (3)		-		-		-	0.00	
Balanza Comercial - Total		93.70		-714.70		-140.20	574.50	80.4%
Bal. Comercial - Petrolera		1,148.70		338.20		175.60	-162.60	-48.1%
Exportacione petroleras		2,226.20		1,132.40		542.70	-589.70	-52.1%
Importaciones petroleras		1,077.50		794.20		367.10	-427.00	-53.8%
Bal. Comercial - No Petrolera		-1,055.00		-1,052.90		-315.80	737.10	70.0%
Exportacione no petroleras		1,964.50		2,024.00		1,799.80	-224.20	-11.1%
Importaciones no petroleras		3,019.50		3,076.90		2,115.60	-961.30	-31.2%

); bienes de consumo (19.1%); y materias primas (14.8 %)

La balanza comercial en el período enero – febrero de 2016 registró un déficit de \$140.2 millones, este comportamiento fue dado principalmente por una disminución de las exportaciones petroleras comparando con los años anteriores y el nivel de las importaciones disminuyeron. Las exportaciones durante el período enero y febrero del 2016 alcanzaron \$2,342.5 millones, con una disminución de 25.8% equivalente a \$813.9 millones con relación al año 2015 que el total de las exportaciones fueron de \$3,156.4 millones.

Tabla 2: Balanza Comercial 2016
Fuente: Banco Central del Ecuador

Las importaciones totales en los dos primeros meses del año 2016 alcanzaron \$ 2,482.7 millones, nivel inferior en \$1,388.4 millones a las compras externas realizadas durante enero y febrero del año 2015 (\$ 3,871.1 millones), lo cual representó una disminución de 35.9%. En el cuadro se aprecia que al comparar los períodos enero - febrero 2015 y 2016, todos los grupos de productos en valor FOB fueron menores: combustibles y lubricantes (-53.9 %), bienes de capital (-37.7 %); bienes de consumo (-31.1 %); materias primas (-25.6 %); y, productos diversos (-16.7 %).

Al comparar las balanzas comerciales de los años 2014, 2015 y el primer bimestre del 2016 se obtiene: en el año 2014 las importaciones totales fueron de \$ 26,444.80 millones en valores FOB, fue el año donde las importaciones aumentaron en gran volumen comparando con los años anteriores, con esta evidencia la aplicación de la medida salvaguardia en el año 2015 logró la disminución de las importaciones totales (\$ 20,458.30 millones) en un 22.6% que equivale a \$ 5,986.50 millones menos que el año anterior, como efecto el sector de combustibles y lubricantes se redujo en un 38.5%. Con relación a las exportaciones ecuatorianas comparando el periodo 2014 y 2015, este sector disminuyó un 28.6% que equivale a \$ 7,366.4 millones, provocado por la caída del precio del petróleo que llegó a alcanzar un valor unitario por barril de \$ 41.9; las exportaciones petroleras disminuyeron en un 49.7% que representaron un ingreso menos de \$ 6,605.00 millones a la economía del país; las demás exportaciones no petroleras bajaron un 6.1% que equivale a \$761.4 millones. Para el año en curso la balanza comercial demuestra que las importaciones de los meses enero y febrero con la aplicación de salvaguardias siguen descendiendo en un 35.9% que corresponde a \$ 1,388.4 millones menos de productos importados en comparación a los dos primeros meses del año anterior, se mantiene el patrón de que el sector más vulnerable ha sido el de combustibles y lubricantes que se redujo en un 53.9%, por otro lado las exportaciones siguen bajando en estos dos primeros meses se registra un total de \$ 2,342.50 millones, teniendo un déficit del 25.8%, provocado en gran medida por el sector petrolero que sigue siendo afectado por la caída del precio (\$ 21.5 por barril), cabe destacar que las exportaciones no tradicionales el sector vehículo se ha reducido en un 55%, analizando el sector que ha tenido da el país no cuenta como resultado que el efecto productiva enfocado en la industrialización, lo cual induce que el sector que importa insumos para la producción local, como resultado se obtiene que quedan desprotegidos por la falta de competitividad, la oferta baje y los precios se eleven siendo el afectado el consumidor final.

<i>FOB</i>		\$20,000.00
<i>Seguro</i>		\$100.00
<i>Flete</i>		\$1,000.00
Base Imponible (CIF)		\$21,100.00
<i>AD- VALOREM</i>	10%	\$2,110.00
<i>FODINFA</i>	0.50%	\$105.50
<i>Salvaguardia</i>	30%	\$6,330.00
ExAduana		\$29,645.50
<i>IVA</i>	12.00%	\$3,557.46
<i>ICE</i>	0%	\$0.00
Tributos a pagar	53%	\$12,102.96
Liquidación a pagar		\$33,202.96

A continuación, se plantea un esquema comparativo entre las dos medidas: la vigente Salvaguardia por Balanza de Pagos y con el Timbre Cambiario.

Aplicando Salvaguardia

CONVERSIÓN		
Tipo de cambio flexible		
	DÓLAR	TIMBRE
Hoy	\$ 1.00	1
Mañana	\$ 1.00	1.5

Tabla 3: Ejemplo con la aplicación de Salvaguardia

Elaborado por: Autores

Aplicando Timbre Cambiario

Adquisición del Timbre Cambiario				
Subasta o Exportador				
Exportador	Conversión	% de incremento (no está establecido)	Valor Incrementado	Total a desembolsar por el timbre (importador)
\$2,110.00	\$2,110.00	45%	\$949.50	\$3,059.50
Modelo 2				
\$2,110.00	\$3,165.00	45%	\$1,424.25	\$4,589.25

FOB	\$20,000.00					
Seguro	\$100.00					
Flete	\$1,000.00					
Base Imponible (CIF)	\$21,100.00					
AD- VALOREM	10%	\$2,110.00	Modelo I		Modelo II	
FODINFA	0.50%	\$105.50	45%	\$3,059.50	117.5%	\$4,589.25
ExAduana		\$23,315.50	0.50%	\$105.50	0.50%	\$105.50
IVA	12.00%	\$2,797.86		\$24,265.00		\$25,794.75
ICE	0%	\$0.00	12.00%	\$2,911.80	12.00%	\$3,095.37
			0%	\$0.00	0%	\$0.00
Tributos a pagar	23%	\$5,013.36	58%	\$6,076.80	130%	\$7,790.12

Tabla 4: Ejemplo con la aplicación Timbre Cambiario

Elaborado por: Autora

Al realizar las comparaciones de estos dos modelos proteccionistas, se observa en la tabla N°6 todos los sectores económicos conocen el proceso operativo de las salvaguardias que es una sobretasa que varía dependiendo de la partida arancelaria y no todos los productos se acogen a esta medida; en cambio el timbre cambiario se basa en encarecer los dólares de importación a través de una tasa de conversión flexible que dependerá de la oferta y la demanda, adicional en el proceso de compra del Timbre Cambiario ya sea por medio del exportador o la bolsa de valores tendrá

un incremento adicional que no estará establecido, si no dependerá de la capacidad financiera para negociar y serán exigibles para el sector importador.

En la tabla N° 4 se observa que al adquirir un timbre cambiario (Modelo 1 o modelo 2), se obtiene que el importador pagará menos en comparación con las salvaguardias, por motivo que los cálculos de los porcentajes se dan a partir del valor a pagar del Ad-Valorem. Pero se tiene la desventaja que al ser un nuevo mecanismo de pago, exista demasiada especulación, y adicional retrasos en los procesos operativos para la salida de las mercancías de los puertos, provocando el incremento de los costos de desaduanización en los trámites de importación; como almacenaje, movimiento de contenedores, aforos, transportes internos, entre otros; por motivo que ningún empresario va adquirir un timbre cambiario antes de realizar el proceso de importación, como se observa en la gráfica la tasa de conversión no es fija lo que permite que se pague más o menos dependiendo de la demanda que se tenga. Lo que conllevaría que los exportadores también sean perjudicados ya que importan insumos para la producción local y como consecuencia el producto final encarece y el consumidor final es el perjudicado.

4. CONCLUSIONES

Uno de los beneficios del timbre cambiario es brindarle liquidez al sector exportador utilizando al importador, sin embargo al ser un modelo proteccionista provoca que la teoría de la ventaja comparativa del Econ. David Ricardo no funcione con el máximo beneficio, la cual indica que los países se especialicen y fabriquen con un costo relativamente más bajo respecto al resto del mundo, provocando una disminución del crecimiento económico que podría afectar el nivel de vida de los ciudadanos, ya que al tener un mercado restringido a las importaciones no se tiene un libre acceso a los mercados y no permite la especialización por las trabas comerciales impuestas.

Al aplicar un timbre cambiario provocaría evidentemente la disminución de las importaciones, pero perjudicaría a las pequeñas y medianas empresas que no tienen una gran capacidad financiera para competir por un cupo en comparación con las grandes compañías lo que conllevaría a que desaparezcan y que se formen monopolios u oligopolios; adicionalmente para poder acceder a los timbres se debería pagar un sobreprecio y desafortunadamente su volumen no alcanzaría para todos los importadores, impidiendo satisfacer completamente a la demanda interna debido a que muchos productos dejarían de ingresar al país, provocando así inflación, restringiendo al mismo tiempo el volumen de las exportaciones totales ya que no se promueve la competitividad debido a que no mejoraría la productividad del sector exportador que utilice bienes extranjeros en su proceso productivo.

La medida podría ser cuestionada por la OMC impidiendo el desarrollo del comercio internacional en el Ecuador, induciendo a una disminución de la inversión extranjera

directa coadyuvando a una menor producción interna que redundaría en desempleo provocando inestabilidad económica y política en el país.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, A. (2006). *Breve historia del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Banco Central del Ecuador. (2016). *Evolución de la Balanza Comercial Enero - Diciembre 2015*.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (Act. 2015). *COPCI*. Asamblea Nacional.
- Comunidad Andina. (2015, Febrero 6). *comunidadandina.org*. Recuperado el Mayo 14, 2016, de Notas de Prensa:
<http://www.comunidadandina.org/Prensa.aspx?id=3554&accion=detalle&cat=NP&title=nota-de-prensa-secretaria-general-de-la-comunidad-andina-no-autoriza-aplicacion-de-salvaguardia-cambiaria-solicitada-por-ecuador>
- Dahik, A. (2015). *El precio del petróleo en el presente y mediano plazo de la economía ecuatoriana consecuencias y alternativas*.
- Ekos. (2015). *20 años de historia nacional y mundial* (Ed. Especial de Aniversario Ekos 20 Años ed.). Quito: Silvana González.
- El tiempo. (2016, 01 15). Dahik habla sobre timbre cambiario. *El tiempo*.
- El Universo. (2015, Diciembre 27). *eluniverso.com*. *Gobierno de Ecuador ve al Timbre Cambiario como opción a las salvaguardias*.
- Freire, M. T., Alonso, M. Á., González-Blach, M., & Blanco, F. J. (2013). *Introducción a la macroeconomía* (Primera ed.). Madrid: ESIC.
- Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Introducción a la economía*. Barcelona, España: Reverté S.A.
- Krugman, P., Wells, R., & Olney, M. (2008). *Fundamentos de Economía* (Español ed.). Barcelona: Reverté S.A.
- Mankiw, G. (2007). *Principios de economía* (Cuarta ed.). Mexico: Learning Edicion.
- Presidencia República del Ecuador. (2015, Marzo 06). *presidencia.gob.ec*. Recuperado el Mayo 05, 2016, de <http://www.presidencia.gob.ec/>:
<http://www.presidencia.gob.ec/comunicado-oficial-nuevo-sistema-de-salvaguardias/>

ProEcuador Instituto de promoción de exportaciones e inversiones. (2015).
proecuador.gob.ec. Recuperado el Marzo 20, 2016, de
proecuador.gob.ec: http://www.proecuador.gob.ec/?qa_faqs=que-son-barreras-proteccionistas

Salvatore, D. (2005). *Economía Internacional* (Octava ed.). México: Limusa S.A.

019. INCIDENCIA DE LA LEY RELACIONADA A LA REGULACIÓN DEL MERCADO DE VALORES DEL ECUADOR.

Autores:

Mgs. Pablo Ricardo San Andrés Reyes, Ing.

Docente en la Universidad Ecotec.

psanandres@ecotec.edu.ec

Mgs. María Maricela Pacheco Zambrano, Econ.

mpachecozambrano@gmail.com

Resumen

El presente trabajo brinda una primera base investigativa con respecto a la nueva Ley de Valores, considerando que en futuro se puedan realizar otros estudios que evidencien la afectación real en un período determinado, este trabajo brinda una pauta de los posibles cambios y proyecciones que se darían con la nueva Ley. Sin embargo, en esta tesis se profundiza en una revisión de los principales cambios en los cuerpos legales de la antigua y nueva Ley.

También se realiza un análisis de los cambios de las estructuras legales y operativas; además de las organizaciones implícitas en la funcionalidad de la nueva Ley. En este trabajo también se analizan las cifras históricas, considerando el marco legal de la anterior Ley y se realizan proyecciones de las cifras a alcanzar en el marco de la nueva Ley, en base a datos preliminares que han permitido evaluar en un corto período de tiempo las bondades de la nueva Ley.

Finalmente hay que destacar como se mencionó al inicio, que aún es temprano para medir todo el impacto económico y estructural que la “Ley Para el Fortalecimiento y Optimización del Sector Societario Y Bursátil” generara en el Mercado de Valores Ecuatoriano, por lo cual es razonable esperar un lapso de tres a cinco años económicos que aporten con más datos a los que ya están expuestos en este trabajo.

Palabras claves: mercado de valores, regulación, bolsa de valores (*securities market regulation, stock exchange*)

Introducción

Ecuador ha experimentado varios cambios y expansiones en su economía, a partir de los años 80 el país comenzó a aplicar políticas neoliberales que otorgaron al mercado un papel preponderante, convirtiéndose en un nuevo mecanismo en la asignación de recursos entre los diferentes entes sociales y económicos.

Con la introducción de nuevos elementos económicos surgen necesidades inherentes a los cambios, como la de establecer reglas claras debido a la tendencia de concentración de riqueza y producción en unos sectores más que en otros, o la reducción de la inequidad económica, realidad que ni siquiera mercados maduros han resuelto en su totalidad.

Es entonces cuando el Estado interviene en la actividad económica con el fin de minimizar las falencias del mercado y garantizar la libre participación de todos en este. Ecuador se ha caracterizado tradicionalmente por una economía poco vinculada al mercado internacional y un sistema financiero conservador, teniendo como principal fuente de financiamiento al sistema bancario, lo que ha dado como resultado un Mercado de Capitales limitado y poco desarrollado.

El crecimiento y fortalecimiento del sistema financiero de un país depende de muchos factores, los mismos que pueden ser considerados desde muchas perspectivas internas o externas, factores políticos, sociales, regionales, tecnológicos, académicos, inclusive climáticos, y en materia estrictamente económica el incremento de las actividades productivas mediante la existencia de mecanismos o herramientas financieras que fortalezcan el proceso ahorro – inversión, es decir la movilidad masiva de recursos provenientes de los sectores productivos hacia la inversión y ganancia futura, que desembocan en crecimiento económico y aumento de producción de bienes y servicios y por lo tanto de mayor poder adquisitivo para continuar con el ciclo del sistema financiero.

Está demostrado por las economías emergentes que hoy encuentran su auge, que el dinero proveniente por los medios tradicionales de los sistemas financieros conservadores no son suficientes debido a la dificultad que plantea su obtención, es decir el flujo de capital que debe ser ágil para su transformación en inversión es ralentizado y recargado. Por lo tanto, se hace necesaria la aparición de un contexto propicio para la búsqueda de financiamiento viable ante la falta de recursos económicos o el deseo de mejores fuentes de financiamiento, es aquí que el mercado de valores aparece como una alternativa viable y eficaz.

Es interesante ver que la historia y el desarrollo del mercado de valores ecuatoriano va de la mano con la creación de garantías financieras y un ambiente legal acorde a las necesidades de una economía emergente saludable, sin embargo,

factores contrarios a los antes mencionados establecen históricamente en el país una baja inversión y flujo de capitales.

Todo lo cual hace evidente que es necesario el establecimiento de escenarios legales y políticos que al disminuir el riesgo país aumenten la inversión de capitales, por lo cual medidas como la Reforma a la Ley de Mercado de Valores y la promulgación de leyes como la Ley Orgánica para el Fortalecimiento y Optimización del Sector Societario y Bursátil, deben estimular y repercutir en crecimiento del mercado de valores, tanto en movimiento de dineros como en la inclusión de más empresas al ver en el ejercicio bursátil una fuente viable de financiamiento, por lo cual el presente trabajo de tesis pretende determinar aquellos aspectos relevantes y características de la actual Ley de Mercado de Valores versus su respectiva Reforma y su connotación en el funcionamiento para con el inversionista nacional o extranjero.

Es trascendental analizar la incidencia de La Ley de Valores en la regulación de la estructura legal y funcionamiento del mercado de valores, a partir de su publicación en mayo de 2014; así como sus características estructurales, aspectos relevantes de la nueva ley y su repercusión en la regulación del mercado de valores como instrumento financiero, y disposiciones legales que regulan el funcionamiento del mercado de valores.

Las empresas ecuatorianas necesitan mecanismos frescos de fortalecimiento económico en sus actividades, en el contexto nacional es evidente luego de la crisis bancaria que esta es una necesidad latente, preocupante y que no ha sido paleada. Los mecanismos en el marco de las regulaciones y garantías que el Estado ha implementado apuntan a una mayor involucramiento de actores en la participación de los movimientos masivos de capitales, cabe mencionar que desde la creación de las Bolsas de Valores de Guayaquil y Quito, la participación ha estado limitada a un grupo específico de individuos, convirtiéndose en algo como a una participación de inversiones con “derecho a membresía”.

En una era globalizada como la actual, la rapidez y agilidad con la que se obtienen los recursos que permitirán direccionar la inversión y colocar el ahorro, determinara el nivel de éxito y obtención de ganancias sobre las inversiones hechas, por lo cual las restricciones con las que empresas tropiezan, en especial micro y mediana empresa hacen latente la necesidad de otras alternativas al crédito tradicional, restricciones como: Altos costos financieros, garantías exigentes, sean estas hipotecarias, prendarias o personales y financiamiento a largo plazo poco viable.

El mercado de valores del Ecuador enfrenta dificultades estructurales y de forma, que afectan directamente en la consecución de su principal objetivo: proveer

financiamiento de mediano y largo plazo a los sectores de la producción que requieren de nuevos capitales.

Esto se hace evidente al observar a los principales actores que intervienen activamente en el proceso de la compra venta de títulos, son el sector bancario y el sector público, y como actor secundario al inversor privado local y extranjero. Lo cual demuestra que hay existe un efecto de distorsión en el mercado de valores, una inadecuada colocación del ahorro, pues el ahorro que debe ser invertido en financiamiento a largo plazo es usado casi en su totalidad en el financiamiento a corto plazo provocando un desplazamiento de fondos desde el sector mercantil productivo al sector bancario, desplazamiento que no se traduce en movimiento ágil de dinero sino más bien en un mercado limitado.

En cuanto al elitismo existente en el mercado de valores ecuatoriano, la falta de inversión tecnología, los problemas operativos hacen necesario un reset al marco operacional, legal y estructural del mercado de valores, nos lleva a establecer las siguientes preguntas: La nueva Ley de valores contemplará cambios que inciden favorablemente en la regulación de la estructura legal y de funcionamiento del mercado de valores?... los principales cambios propuestos en la nueva Ley de Mercado de Valores repercuten favorablemente en su papel de ente financiero?

Para el presente estudio se utilizará la Ley de Mercado de Valores (anterior y nueva), La Ley Orgánica para el Fortalecimiento y Optimización del Sector Societario y Bursátil, el Código de Comercio, la Ley de Compañías, los anuarios estadísticos de la Superintendencia de Compañías.

Para la realización de este trabajo se ha tenido que realizar una metodología analítica comparativa, en la cual se comparan las leyes del mercado de valores (antigua y nueva) realizándose un análisis de información y tratamiento documental sobre la base de sus relaciones y diferencias. Se tratan como parte de un proceso integrador cíclico y sistémico que responde a una serie de necesidades metodológicas, propias de todas las ciencias.

Por medio de este análisis se podrá conocer las principales incidencias de la Nueva Ley sobre el mercado de Valores, además se podrá identificar los principales cambios en el orden legal y estructural.

Desarrollo

El mercado de valores tiene una larga historia, según el historiador francés Fernand Braudel (1982), en el siglo XI en El Cairo, los comerciantes islámicos y judíos habían ya establecido muchas formas de comercio asociativo, y estaban muy desarrollados acerca de los métodos de pago y de crédito, Braudel también

desmiente la opinión tradicional la cual sostiene que fueron los italianos quienes idearon estos métodos, por lo que las raíces de la actividad comercial orientada a lo que hoy se conoce como mercado de valores o stock market, son muy antiguas.

Pero es sin lugar a dudas en la edad media con la aparición de los nuevos sistemas de producción, que la actividad mercantil evoluciona en mercados especializados en el intercambio de valores, reemplazando así a las ferias o eventos comerciales similares.

El panorama financiero mundial ha experimentado grandes cambios durante los últimos treinta años, a partir de principios de los años setenta, la diversidad financiera aumento enormemente en las mayores economías desarrolladas, alcanzando su máxima prosperidad durante los años noventa. La intermediación financiera se expandió a una velocidad notable y el espectro de instrumentos y servicios financieros tradicionales alcanzó dimensiones nunca antes vistas, este avance estuvo acompañado de una mayor integración financiera entre naciones.

Aunque los mercados de valores en el mundo también crecieron, la mayor parte de este crecimiento en los últimos años ha estado concentrado en los centros financieros mundiales y en los países industrializados, es decir los países considerados como desarrollados.

Desarrollo del Mercado Latinoamericano

Tradicionalmente en Latinoamérica los sistemas financieros se han apoyado en los bancos, al igual que la mayoría de las economías emergentes y el paso hacia el crecimiento económico usando otras herramientas de financiamiento ha sido progresivo y con bajos volúmenes de operación. Entonces se observa que, si bien los mercados bursátiles han tenido un gran auge en los países desarrollados, no siempre en los países en desarrollo, como es el caso de los países en América Latina.

Desarrollo del Mercado de Valores en Ecuador

En nuestro país el desarrollo del mercado de valores va de la mano con el desarrollo de las actividades comerciales del siglo XIX, y el aumento de la complejidad no solo de los sistemas de producción sino también de los bienes que se comercializan, tanto en su naturaleza como en su composición.

El mercado de valores del Ecuador tuvo durante sus actividades de mayor auge, y por un periodo considerable de tiempo como principal protagonista al sector público (como máximo emisor) y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social como el mayor inversionista, especialmente en el periodo 2004 – 2009, cuyas transacciones representaron aproximadamente el 68% del mercado.

Los Mercados de Valor y su Connotación Macroeconómica

Existe un aspecto inherente a la premisa ahorro = inversión, y es el de que la inversión = empleo, este es un resultado consecuencial de las inversiones realizadas en un sistema económico, ya que el mercado de valores juega un papel preponderante en la obtención de metas macroeconómicas a través de la generación de nuevas fuentes de empleo o en la mantención de las ya existentes, su influencia en la economía interna de un país es crucial.

El consumo y el ahorro son el resultado directo del empleo existente, pero al analizar lo que la generación de nuevos empleos produce en una economía como resultado de la inversión interna o externa en el mercado de valores, es fácilmente visible el repunte económico para las empresas y la mejora de la oferta laboral existente y futura que repercute en el consumo de bienes y servicios y la calidad de estos en el ámbito interno.

La Economía Interna y el Mercado de Valores

El capital es parte importante del motor económico en todo sistema, la inversión de capital primario a nivel interno está representado por los activos fijos de la familia, empresas o gobiernos, el capital financiero destinado a la inversión ayudará al desarrollo y emprendimiento de proyectos empresariales generados por la emisión de acciones, titularizaciones, obligaciones y demás herramientas financieras por parte de las empresas, fortaleciendo la expansión económica a nivel micro.

La demanda de capital, al igual que la demanda de cualquier otro factor de producción, surge de la necesidad de maximización de beneficios de las empresas. Cuando una empresa eleva la cantidad de capital que emplea, manteniendo iguales los demás factores, el producto-ingreso marginal del capital finalmente termina por disminuir.

Entidades de Control Previas a la Reforma

1. Consejo Nacional de Valores, es el órgano adscrito a la Superintendencia de Compañías que establece la política general del mercado de valores y regula su funcionamiento, se encuentra adscrito a la Superintendencia de Compañías integrado por 7 miembros, 4 del Sector Público y 3 del Sector Privado.
2. Superintendencia de Compañías, es la institución que ejecuta la política general del mercado de valores y controla a los participantes del mercado.
3. Bolsas de Valores, a través de su facultad de autorregulación pueden dictar sus reglamentos y demás normas internas de aplicación general para todos

sus partícipes, así como, ejercer el control de sus miembros e imponer las sanciones dentro del ámbito de su competencia.

Entidades de Control Vigentes

1. *La Junta de Regulación del Mercado de Valores (JRMV)*, organismo rector de las políticas públicas del mercado de valores.
2. *Superintendencia de Compañías y Valores (SCV)*, quien podrá verificar las operaciones, libros contables, y demás información necesaria de las sociedades sujetas a su control, sin que se le pueda oponer el sigilo bancario o bursátil, éstas atribuciones están acompañadas de la adhesión del Registro del Mercado de Valores (RMV) en el cual constara la información pública respecto de los emisores, valores y las otras instituciones bajo la regulación de la LMV. (Registro Oficial, 2014)
3. *Bolsas de Valores (BV)*, a través de su facultad de autorregulación pueden dictar sus reglamentos y demás normas internas de aplicación general para todos sus partícipes, las mismas que serán previamente autorizadas por la JRMV, así como ejercer el control de sus miembros e imponer las sanciones dentro del ámbito de su competencia.
4. *Registro Especial Bursátil*, cuyo fin es desarrollar el mercado de valores y ampliar el número de emisores y valores que se negocian en el mercado bursátil, este registro se crea especialmente para negociar los valores de las empresas pertenecientes al sector económico de las pequeñas y medianas empresas y las organizaciones economía popular y solidaria.

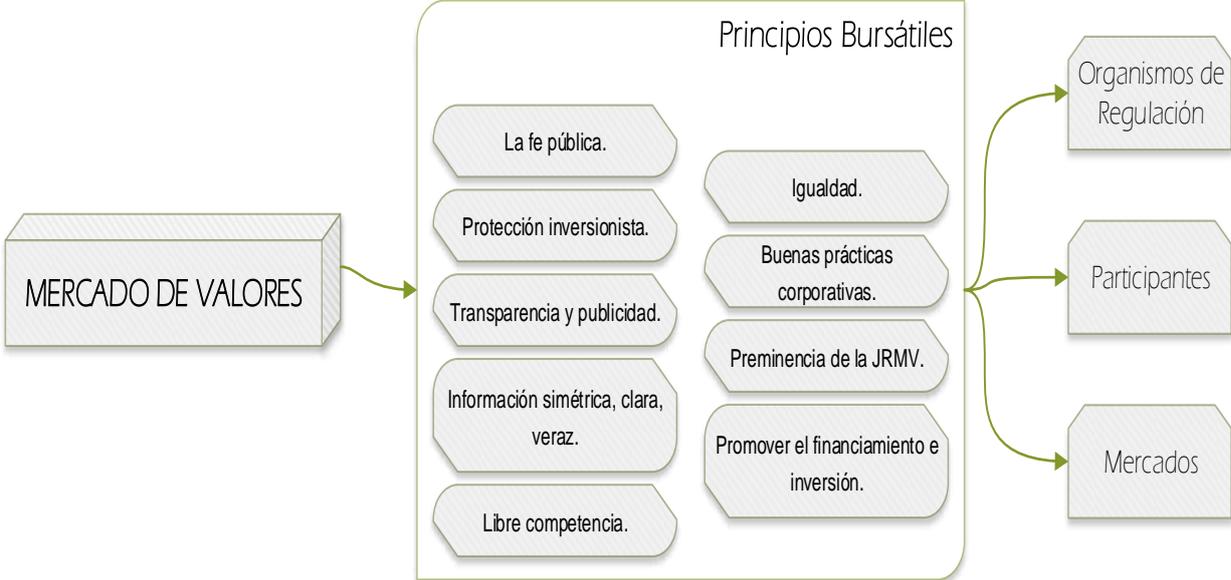
La nueva legislación establece la creación de la Junta de Regulación del Mercado de Valores (JRMV) reemplazando al actual Consejo Nacional de Valores, como organismo rector de las políticas públicas del mercado de valores.

La creación de la Junta de Regulación del Mercado de Valores (JRMV) y la extinción del Consejo Nacional de Valores, marca una nueva perspectiva de control y regulación, ya que la JRMV está compuesta de entes de origen estatal que incluyen a las áreas de Economía, Política Productiva y el Ejecutivo.

En referencia a las características estructurales y principales disposiciones legales que existían en la antigua Ley de Valores en relación con la actual legislación, se evidencia que existen importantes cambios en la estructura y

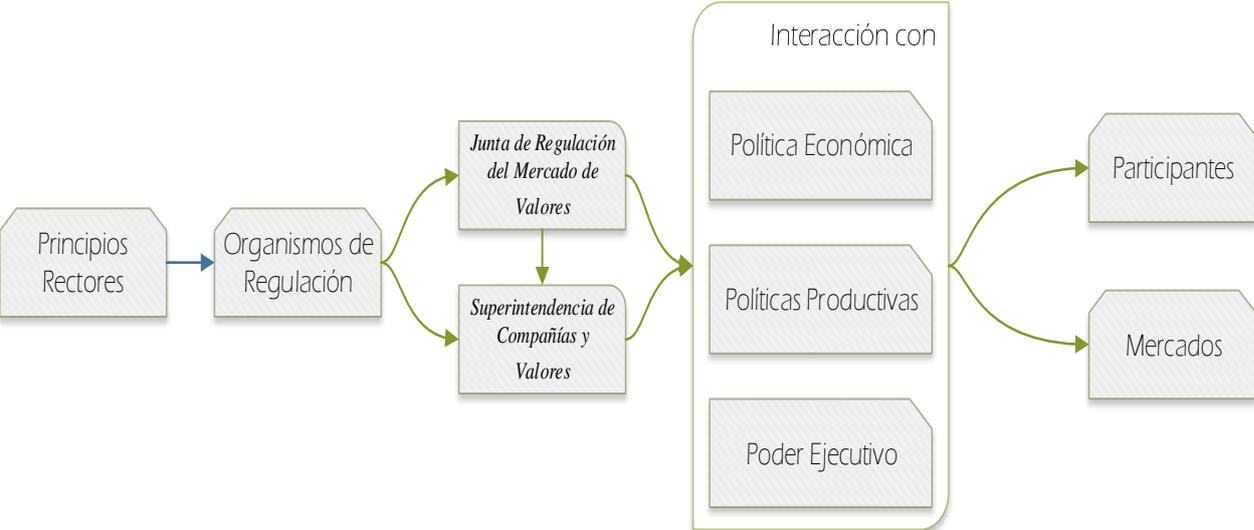
dinámica del funcionamiento del mercado de valores, con respecto al esquema general del Mercado de Valores bajo las nuevas regulaciones legales.

Principios Bursátiles del Mercado Ecuatoriano



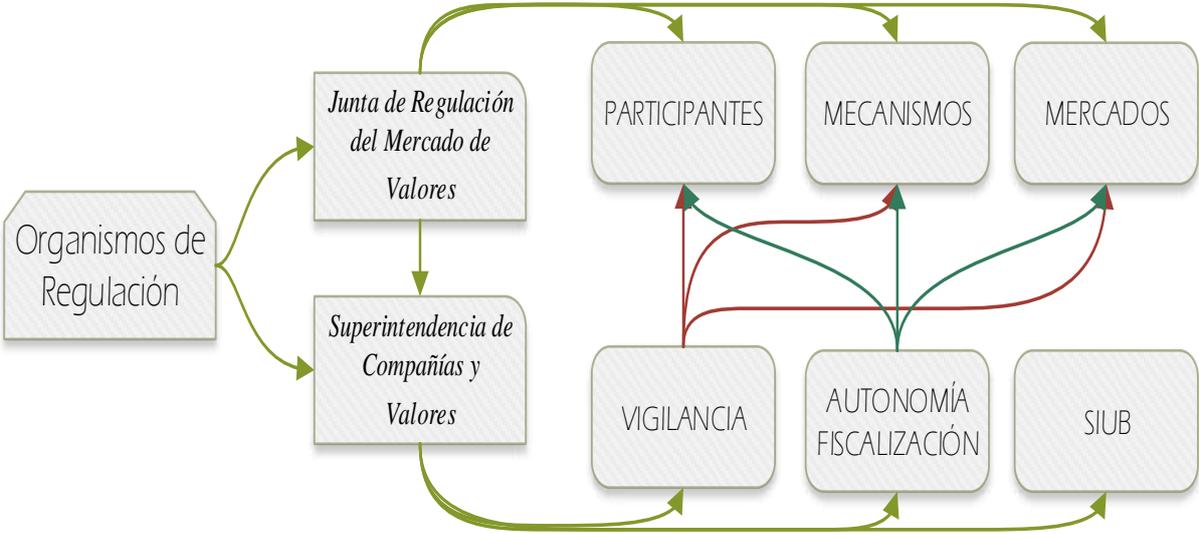
Fuente: Ley Para El Fortalecimiento y Optimización del Sector Societario Y Bursátil (Registro Oficial, 2014)

Organismos Reguladores del Mercado de Valores Ecuatoriano



Fuente: Ley Para El Fortalecimiento y Optimización del Sector Societario Y Bursátil (Registro Oficial, 2014)

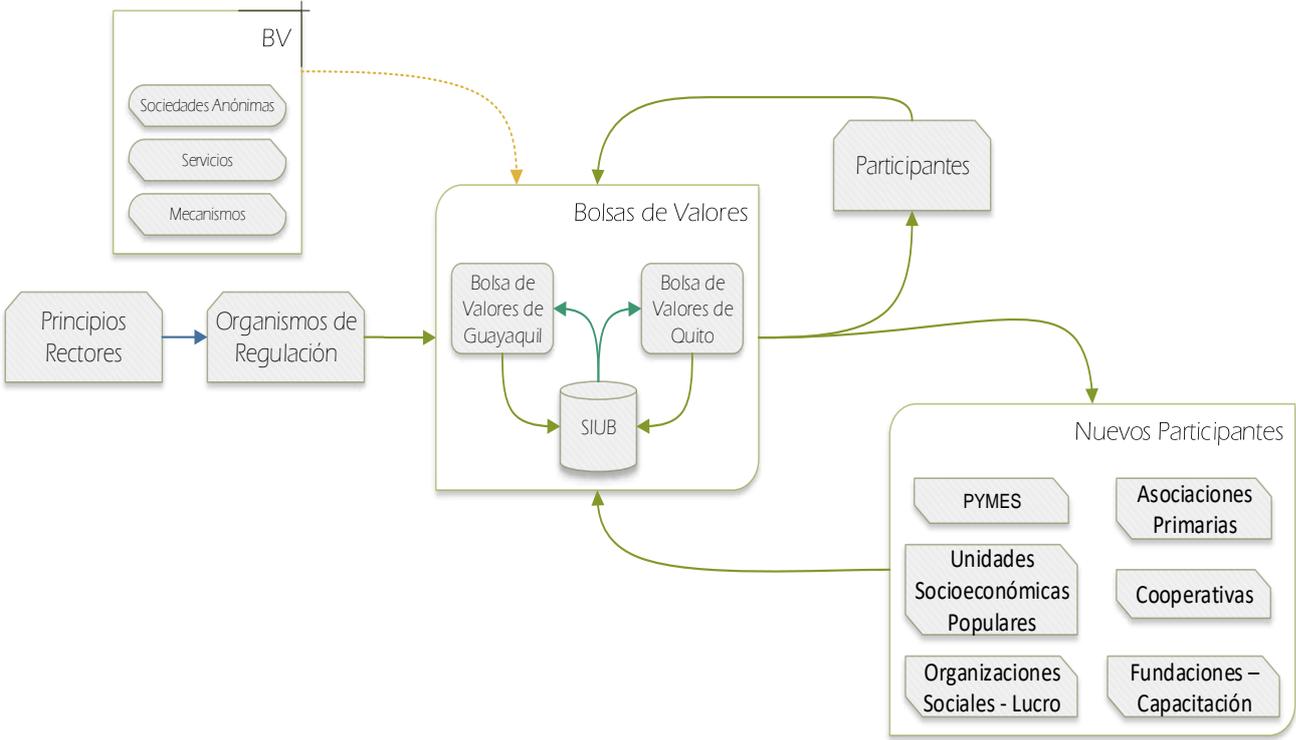
Organismos Reguladores y su Interacción en el Mercado de Valores Ecuatoriano



Fuente: Ley Para El Fortalecimiento y Optimización del Sector Societario Y Bursátil (Registro Oficial, 2014)

La reestructuración de los organismos reguladores, que han delimitado claramente su rango de acción e interacción en el mercado de valores, como la creación de la Junta de Regulación del Mercado de Valores (JRMV) reemplazando al actual Consejo Nacional de Valores, como organismo rector de las políticas públicas del mercado de valores, permite una organización y planificación más dinámica al permitir la injerencia directa de las Políticas Económicas, Políticas Productivas y el Poder Ejecutivo de tal forma que se dinamiza y encamina las estrategias y políticas usadas en la gestión del Mercado de Valores hacia las metas del país.

Nuevos Participantes y Naturaleza de las Bolsas de Valores del Ecuador



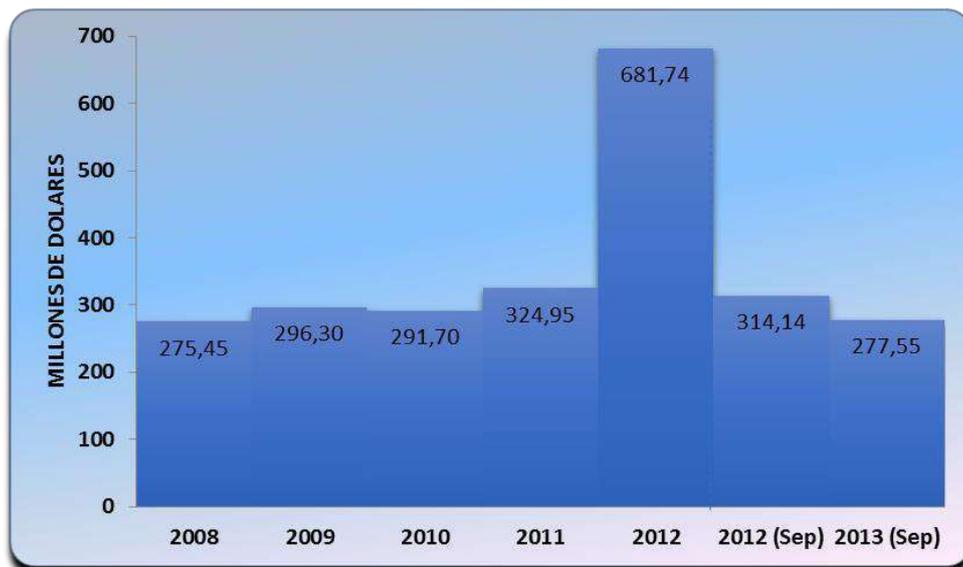
Fuente: Ley Para El Fortalecimiento y Optimización del Sector Societario Y Bursátil (Registro Oficial, 2014)

Aunque es aún prematuro tener datos financieros que afirmen la hipótesis planteada con respecto a que la nueva Ley de valores repercute favorablemente su papel financiero, con respecto a las una proyecciones con el fin de establecer financieramente el impacto favorable de la Ley de Mercado de Valores.

Resultados esperados

Se analiza las características estructurales y disposiciones legales que regulan el funcionamiento del mercado de valores en el Ecuador.

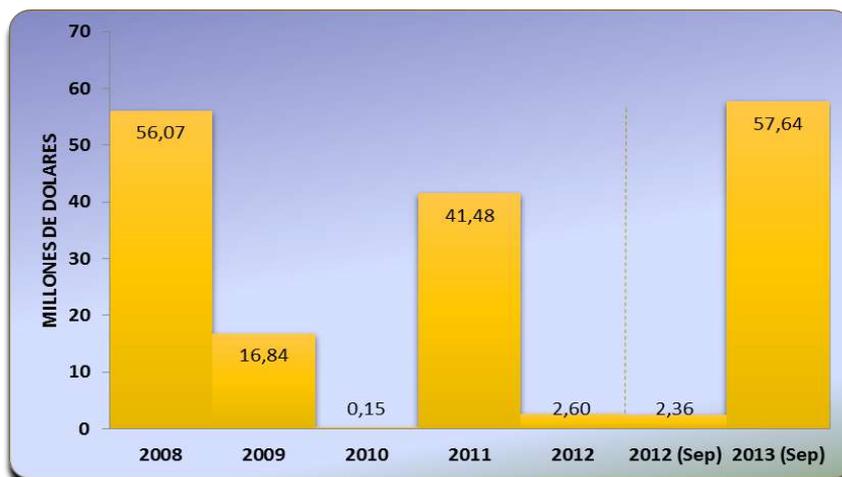
Emisiones Autorizadas de Obligaciones 2008 – 2013



Fuente: Anuario Estadístico SCV.

En lo referente a las obligaciones autorizadas y emitidas, tal como se aprecia en el gráfico anterior se pueden observar una evolución sostenida desde el 2008 al 2011, existiendo en el primer semestre del 2012 un incremento atípico de más del 50% en relación al año anterior esto es USD 681,74 millones y posteriormente descendiendo el monto de emisiones de obligaciones en el año 2013 a un valor similar al reportado cinco años atrás (2008) esto es USD 277,55 millones.

Emisiones Autorizadas de Acciones. 2008 - 2013

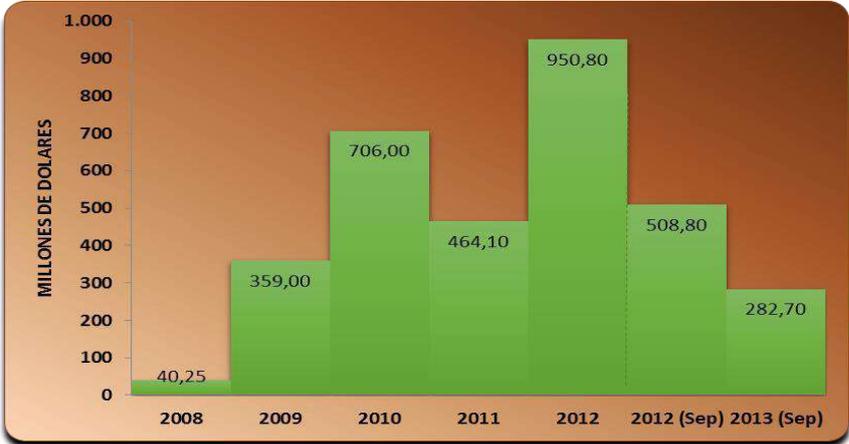


Fuente: Anuario Estadístico SCV.

En la emisión de nuevas acciones en el mercado bursátil se puede apreciar que los años de más baja emisión son los años 2010 y 2012, observándose que el descenso es progresivo desde año 2008 al 2010, sufriendo un alza en el 2011 aunque sin

sobrepasar a los años anteriores, lo cual evidencia la enorme variabilidad del mercado accionario, pues es evidente el comportamiento conservacionista de sus participantes, ya que en el último periodo registrado el monto demitido apenas sobrepasa en USD 1,57 millones en relación al 2008.

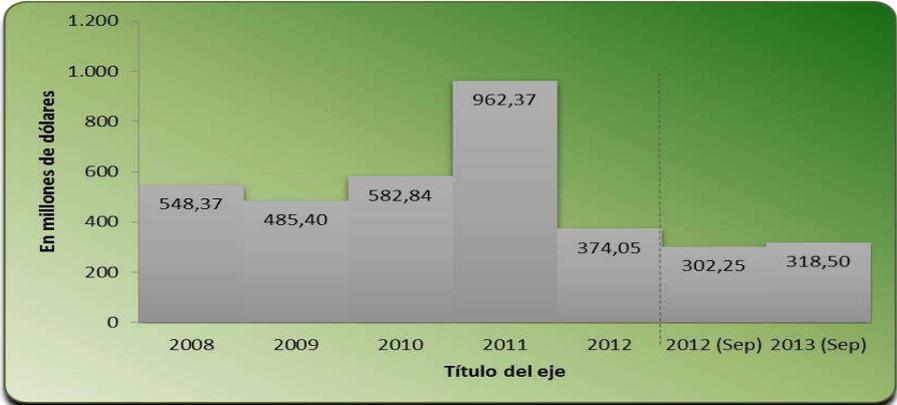
Emisiones Autorizadas de Papel Comercial 2008 – 2013



Fuente: Anuario Estadístico SCV.

En lo referente a los montos emitidos por concepto de papel comercial, en el año 2012 fue el periodo en el más se usó este instrumento de deuda empresarial, reportando un monto de USD 1459,6 millones, sin embargo en el siguiente periodo del año 2013 este monto disminuye a USD 282,70 millones, cantidad inferior a la de cuatro periodos anteriores (2009 – 2012) lo que demuestra que las empresas han disminuido en la actualidad su expansión financiera a largo plazo, pues aunque el papel comercial es de corto plazo es frecuentemente usado para obtener financiamiento a largo plazo ya que representa un coste financiero inferior por estos conceptos.

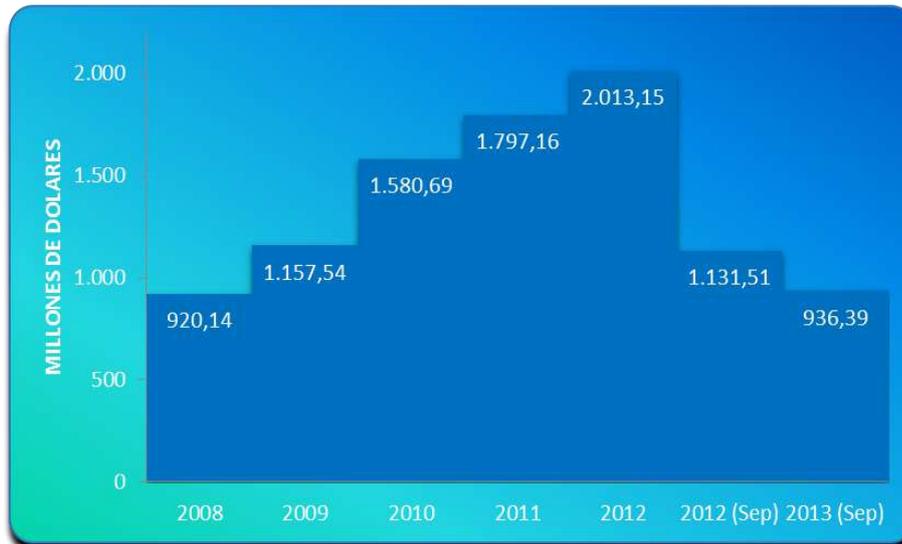
Emisiones Autorizadas de Titularizaciones 2008 - 2013



Fuente: Anuario Estadístico SCV.

962,37 millones, lo cual evidencia que en este periodo existieron proyectos empresariales muy atractivos para el inversionista y por lo tanto una cantidad significativa de activos líquidos fueron movilizados a través de las titularizaciones que las representaban, sin embargo, en el periodo del 2012 al 2013 este monto comienza a descender, llegando a ser inclusive menor al año 2008.

Total de Emisiones Autorizadas de Valores 2008 - 2013



Fuente: Anuario Estadístico SCV.

La emisión de Valores negociables en el Mercado Bursátil es el concepto que ha tenido un crecimiento más sostenido desde el año 2008 hasta el 2012, que fue el año en el que se registra el mayor monto negociado en el Mercado con un total de USD 3.144,66 millones, sin embargo, en el año 2013 el monto negociado disminuye drásticamente a USD 936,30 millones, similar al total negociado en el 2008.

Con la nueva Ley se espera que estos valores se incrementen, debido a la inclusión de nuevos participantes tales como las PYMES y MIPYMES, de sectores pertenecientes a la Economía Popular y Solidaria como las organizaciones sociales socioeconómicas populares, las organizaciones sociales de orden primario con fines de lucro, las cooperativas, y las fundaciones y organizaciones con fines de capacitación y educación orientadas al sector popular.

Conclusiones.

La nueva Ley ha contemplado la creación de nuevas estructuras, se proyecta que las mismas puedan cumplir con el objetivo de conseguir mayores movimientos, y transacciones en Bolsa, de tal forma que el nuevo mecanismo permita que las empresas puedan recibir mayor financiamiento desde estas instancias. El tiempo de valoración del incremento de financiamiento a través de la Bolsa, debe de

mantenerse por al menos un período de cinco años, de esta forma se podrá conocer el impacto real de esta nueva Ley.

La estructura Legal en las Bolsas de Valores aún debe de articularse a otros marcos legales existentes en el país, además que deben articularse en mejor manera a datos globales y financieros a nivel nacional.

En la nueva Ley no se deja claro desde el punto de vista operativo, el mecanismo que se debe de seguir, para que las empresas nacionales puedan recibir capitales extranjeros para el incremento de operaciones. Tampoco es muy específico en el mecanismo para determinar precios en el mercado financiero; esta observación se realiza porque el incremento de las transacciones depende mucho de la confianza y claridad de procesos que se puede dar a los adquirientes externos.

Bibliografía.

Ahijado, M., & Agüero, M. (1996). Diccionario de Economía y Empresa. Madrid: Ediciones Pirámide S.A.

Aravena, C.; Escobar, L.; Hofman, A.; CEPAL. (2015). Fuentes del crecimiento económico y la productividad en América Latina y el Caribe, 1990-2013. CEPAL.

Bolsa de Valores de Guayaquil. (1993). Memoria Anual. Guayaquil.

Bolsa de Valores de Guayaquil. (1994). Memoria Anual. Guayaquil.

Bolsa de Valores de Guayaquil. (1995). Memoria Anual. Guayaquil.

Bolsa de Valores de Guayaquil. (1996). Memoria Anual. Guayaquil.

Bolsa de Valores de Guayaquil. (1997). Memoria Anual. Guayaquil.

Bolsa de Valores de Quito. (1993). Memoria Anual. Quito.

Bolsa de Valores de Quito. (1994). Memoria Anual. Quito.

Bolsa de Valores de Quito. (1995). Memoria Anual. Quito.

Bolsa de Valores de Quito. (1996). Memoria Anual. Quito.

Bolsa de Valores de Quito. (1997). Memoria Anual. Quito.

Bolsa de Valores de Quito. (10 de 09 de 2014). <http://www.bolsadequito.info/>.
Obtenido de <http://www.bolsadequito.info/inicio/conozca-el-mercado/el-mercado-de-valores/>

Braudel, F. (1982). Civilization and Capitalism, 15th-18th Century: The perspective of the world. (Vol. 3). California: University of California Press.

CEPAL. (2015). Panorama Económico y Social de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños 2014. CEPAL.

Cevallos, V. (1998). Mercado de Valores y Contratos (1ra ed., Vol. I). Quito: Editorial Jurídica del Ecuador.

Congreso Nacional. (28 de 05 de 1993). Ley de Mercado de Valores. Quito, Ecuador.

Fabozzi, F., & Modigliani, F. (1996). Mercados e Instituciones Financieras. (2da ed.). México: Prentice-Hall.

- Filipini, D. A. (1992). Diccionario Bursátil y Guía de Inversiones. Abeledo-Perrot.
- FMI. (2015). Estadísticas financieras internacionales y archivos de datos. FMI.
- Gondra. (1992). Derecho mercantil. Madrid.
- Hernández, G. (2006). Diccionario de Economía (1ra ed.). Medellín: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Martin, M. A. (2010). Mercado de Capitales: Una perspectiva global (1ra ed.). Buenos Aires, Argentina: Cengage Learning.
- Ministerio de Coordinación de la Política Económica. (2011). Proyecto de Ley Orgánica del Mercado de Valores. MCPE.
- Montalvo, M. (1998). Introducción al mundo del Mercado de Capitales, Lea antes de jugar en la Bolsa. Mexico.
- Ossorio, M. (1981). Diccionario de ciencias jurídicas, políticas y sociales. Buenos Aires, Argentina: Heliasta S.R.L.
- Palomeque Tamayo, J. (2013). Análisis de Riesgo del Mercado de Valores del Ecuador: Riesgo de Mercado y Riesgo de Crédito de las obligaciones y titularizaciones de los títulos de renta fija. Quito, Ecuador: Universidad San Francisco de Quito.
- Parkin, M. (1995). Macroeconomía. USA: Addison-Wesley.
- Registro Oficial. (28 de mayo de 1993). Ley de Mercado de Valores. Registro Oficial No. 199. Quito, Ecuador: Registro Oficial.
- Registro Oficial. (2014). Ley orgánica para el fortalecimiento y optimización del sector societario y bursátil. Registro Oficial. Quito: Registro Oficial.
- Rosero, L. (2010). El desarrollo del mercado de valores en el Ecuador: una aproximación. Ecuador Debate, 23-34.
- Sayle, M. (2006). Overloading Emoh Ruo: the rise and rise of hydrocarbon civilisation. Griffith Review, (12), 6. Griffith REVIEW, 6(12), 6 - 43. Obtenido de <http://search.informit.com.au/documentSummary;dn=412585177994209;res=IELLCC>
- Stallings, B.; Studart, R.; CEPAL. (2006). Financiamiento para el desarrollo: América Latina desde una perspectiva comparada. CEPAL.
- Stiglitz, J. E. (1974). The Cambridge - Cambridge Controversy in the Theory of Capital; A View from New Haven: A Review Article. The Journal of Political Economy, 82(4).
- Tavares, M. D. (1985). La recuperación de la hegemonía norteamericana. Revista de la CEPAL(26), 141-148. Obtenido de <http://repositorio.cepal.org/handle/11362/11209>
- The World Bank. (10 de 02 de 2015). The World Bank. (W. Bank, Ed.) Recuperado el 2014, de <http://www.worldbank.org/>: <http://datos.bancomundial.org/indicador/BX.KLT.DINV.CD.WD/countries?display=map>
- Thompson, N. (2006). Guía del Inversionista Bursátil (2da ed.). Quito, Ecuador: Jumandi.
- Viteri Recalde, A. (2011). Determinantes de la decisión empresarial para captar recursos, en el mercado de valores ecuatoriano. Quito, Ecuador: PUCE.

World Bank. (2015). Indicadores Financieros. World Bank. Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador/CM.MKT.TRAD.GD.ZS/countries>

World Bank. (2015). Indicadores Financieros. World Bank. Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador/CM.MKT.TRNR/countries/XJ-US-EU-CN-EC?display=graph>

World Bank. (2015). Indicadores Financieros. World Bank. Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador/CM.MKT.LCAP.GD.ZS/countries/XJ-US-EU-CN?display=graph>

Zunzunegui, F. (septiembre de 2012). wordpress.com. Obtenido de <http://rdmf.wordpress.com/2006/07/02/%C2%BFque-es-la-desmutualizacion-de-las-bolsas/>

Anexo 1

Nuevos emisores en el año 2011

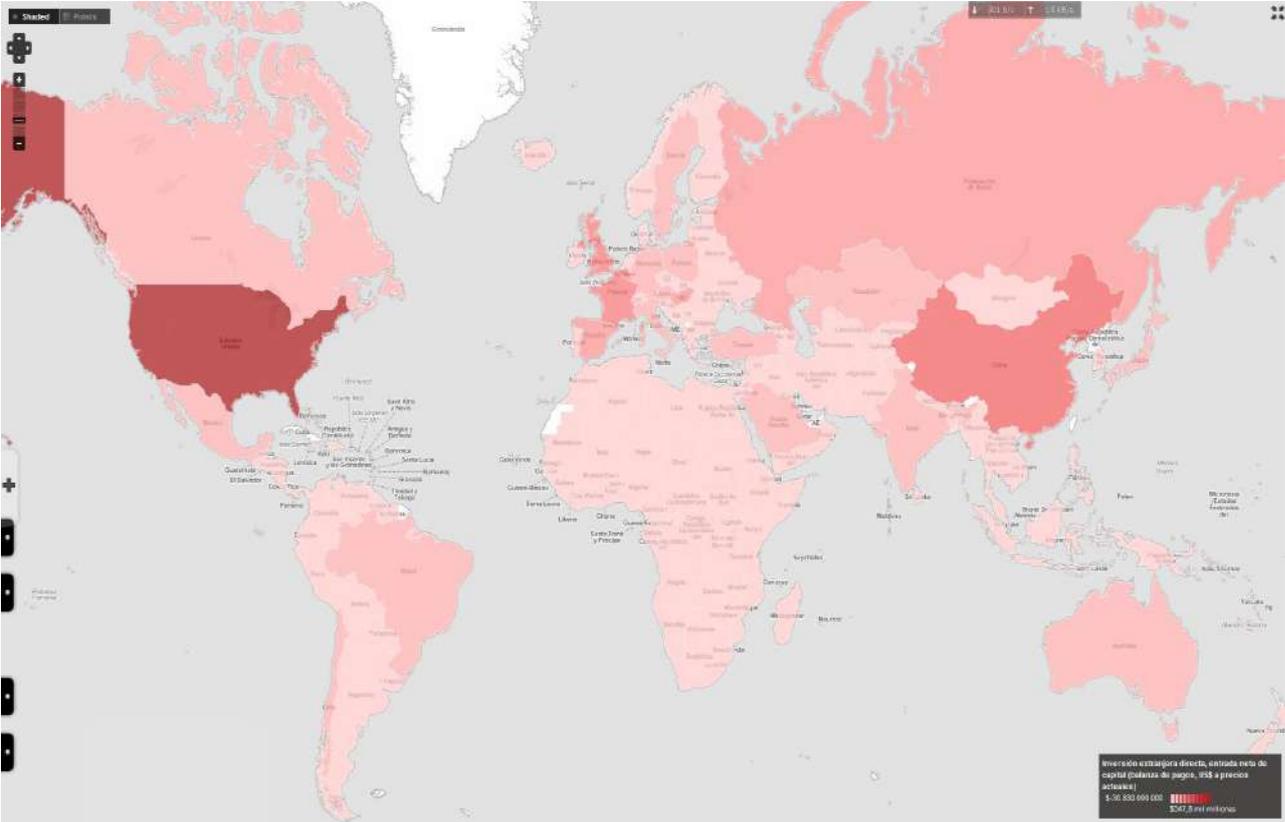
NUEVOS EMISORES QUE PARTICIPARON POR PRIMERA VEZ EN EL MERCADO DE VALORES AÑO 2011 (monto en miles de dólares)		
EMISORES	TIPO DE PAPEL	MONTO
1 AEROPUERTOS ECOLOGICOS DE GALAPAGOS S.A. ECOGAL	OBLIGACION	14,000
2 ALIMENTS A DIETAS Y ALIMENTOS S.A.	OBLIGACION	4,000
3 ANHALZER	TITULARIZACION	14,000
4 AZULEC S.A.	PAPEL COMERCIAL	2,500
5 CATERAZUL S.A.	OBLIGACION	1,500
6 CENTURIOSA S.A.	OBLIGACION	1,700
7 CIMENTACIONES GENERALES Y OBRAS PORTUARIAS CIPORT S.A.	OBLIGACION	4,000
8 CONFITECA C.A.	OBLIGACION y P.COM.	8,000
9 CONSTRUCTORA E INMOBILIARIA VALERO CONSTRUVALERO S.A.	OBLIGACION	2,250
# CONSULTORA AMBIENTAL ECOSAMBITO C. LTDA.	OBLIGACION	1,000
# CONTECON GUAYAQUIL S.A.	TITULARIZACION	60,000
# CONTINENTAL TIRE ANDINA S.A.	OBLIGACION	8,000
# CORPORACION DE PROMOCION UNIVERSITARIA	TITULARIZACION	5,000
# DELI INTERNACIONAL Y SHEMLON	TITULARIZACION	7,000
# DELISODA S.A.	TITULARIZACION	16,000
# DICHEM DEL ECUADOR S.A.	OBLIGACION	850
# DUPOCSA PROTECTORES QUIMICOS PARA EL CAMPO S.A.	OBLIGACION	5,000
# ECUANAVE C.A.	OBLIGACION	8,000
# EQUITATIS S.A. e IBC TRADING, INC.	TITULARIZACION	52,500
# ESLIVE S.A.	OBLIGACION	1,000
# FACTOR L.O.G.R.O.S. DE ECUADOR S.A.	PAPEL COMERCIAL	1,100
# FAEMPROCA FABRICA DE EMBUTIDOS Y PRODUCTOS CARNICOS LA SUIZA CIA. LTDA.*	OBLIGACION	4,500
# FUNDACION ESPOIR	TITULARIZACION	8,000
# GALAUTO GRUPO AUTOMOTRIZ GALARZA HERMANOS S.A.	OBLIGACION	2,000
# GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTON EL GUABO	NOTA PROMISORIA	4,258
# HOLDING TONICORP S.A.	ACCIONES	41,282
# IMPOCOMJAHER CIA. LTDA.	TITULARIZACION	13,000
# IMPORTADORA VEGA S.A.	OBLIGACION	2,500
# INDUAUTO S.A.	OBLIGACION	6,000
# INDUSTRIA LOJANA DE ESPECERIAS ILE C.A.	OBLIGACION	2,500
# INDUSTRIAS UNIDAS CIA. LTDA.	OBLIGACION	1,000
# INSTALACIONES ELECTROMECANICAS S.A. INESA	OBLIGACION	2,000
# INTERVISATRADE S.A.	OBLIGACION	20,000
# JAROMA S.A.	OBLIGACION	1,300
# LA COLINA FORESTAL (HILLFOREST) S.A.	ACCIONES	200
# MAQUINAS Y SUMINISTROS MAQSUM CIA. LTDA.	OBLIGACION	4,000
# MEGAPROFER S.A.	OBLIGACION	2,000
# MOTRANSA C.A.	PAPEL COMERCIAL	2,500
# QUIFATEX S.A.	TITULARIZACION	15,000
# QUIMIPAC S.A.	OBLIGACION	3,000
# RED MANGROVEINN S.A.	OBLIGACION	1,200
# SENEFELDER	TITULARIZACION	4,000
# SUPERMERCADO DE COMPUTADORAS COMPUSSINES CIA. LTDA.	OBLIGACION	1,500
# SURFER S.A.	PAPEL COMERCIAL	800
# TECFOOD SERVICIOS DE ALIMENTACION S.A.	TITULARIZACION	3,000
# TECNICA Y COMERCIO DE LA PESCA C.A TECOPESCA	TITULARIZACION	15,000
# UNIFINSA	TITULARIZACION	10,000
TOTAL		387,940

Fuente: Base datos Superintendencia de Compañías

Elaboración: Dirección de Estudios

Anexo 2

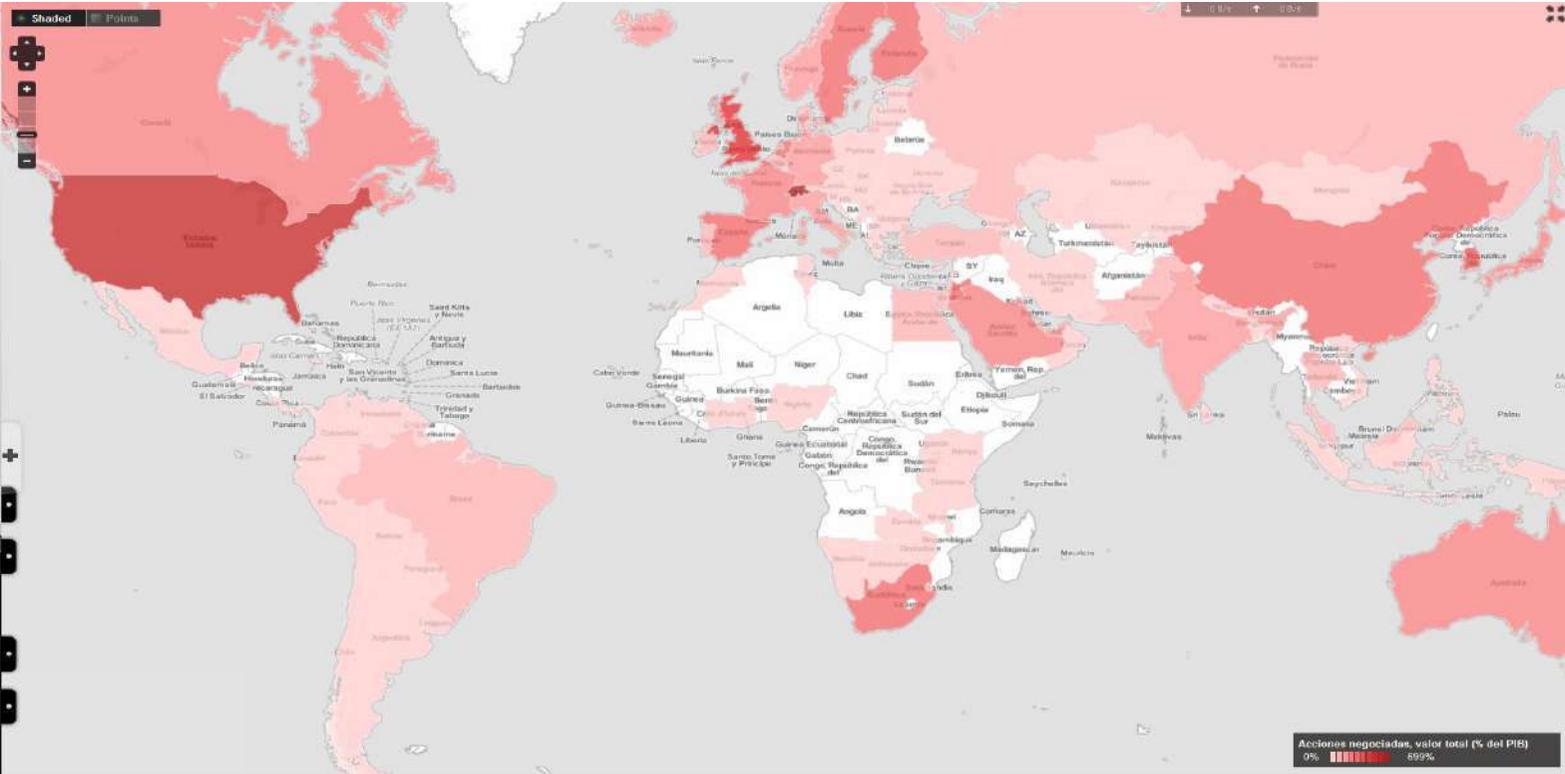
Mapa Mundial de la Inversión extranjera directa, entrada neta de capital (balanza de pagos, US\$ a precios actuales). 2010 – 2014



Elaboración y Fuente: World Bank (2015)

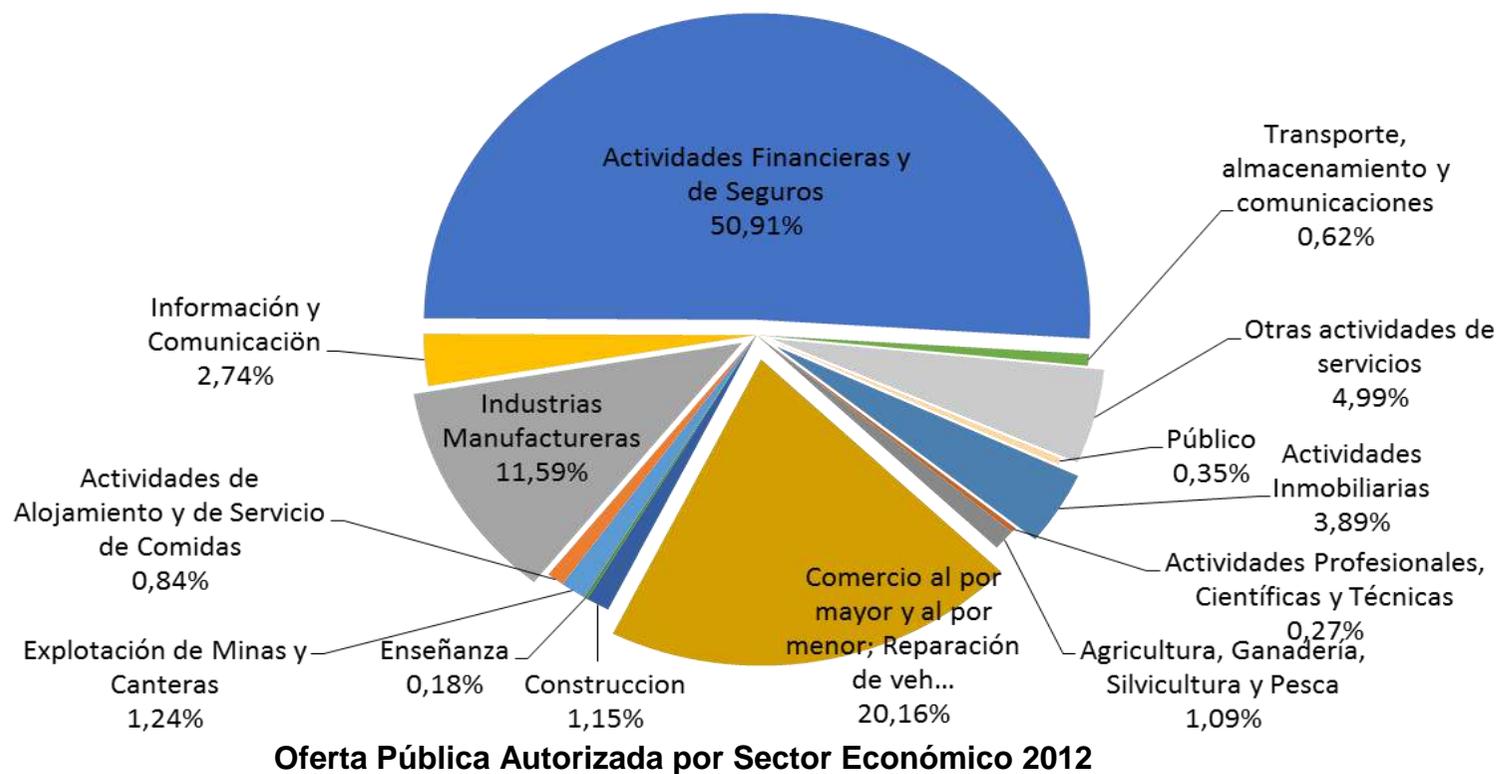
Anexo 3

Mapa mundial de las Acciones Negociadas, Valor total (% del PIB). 2010 – 2014.



Elaboración y Fuente World Bank (2015)

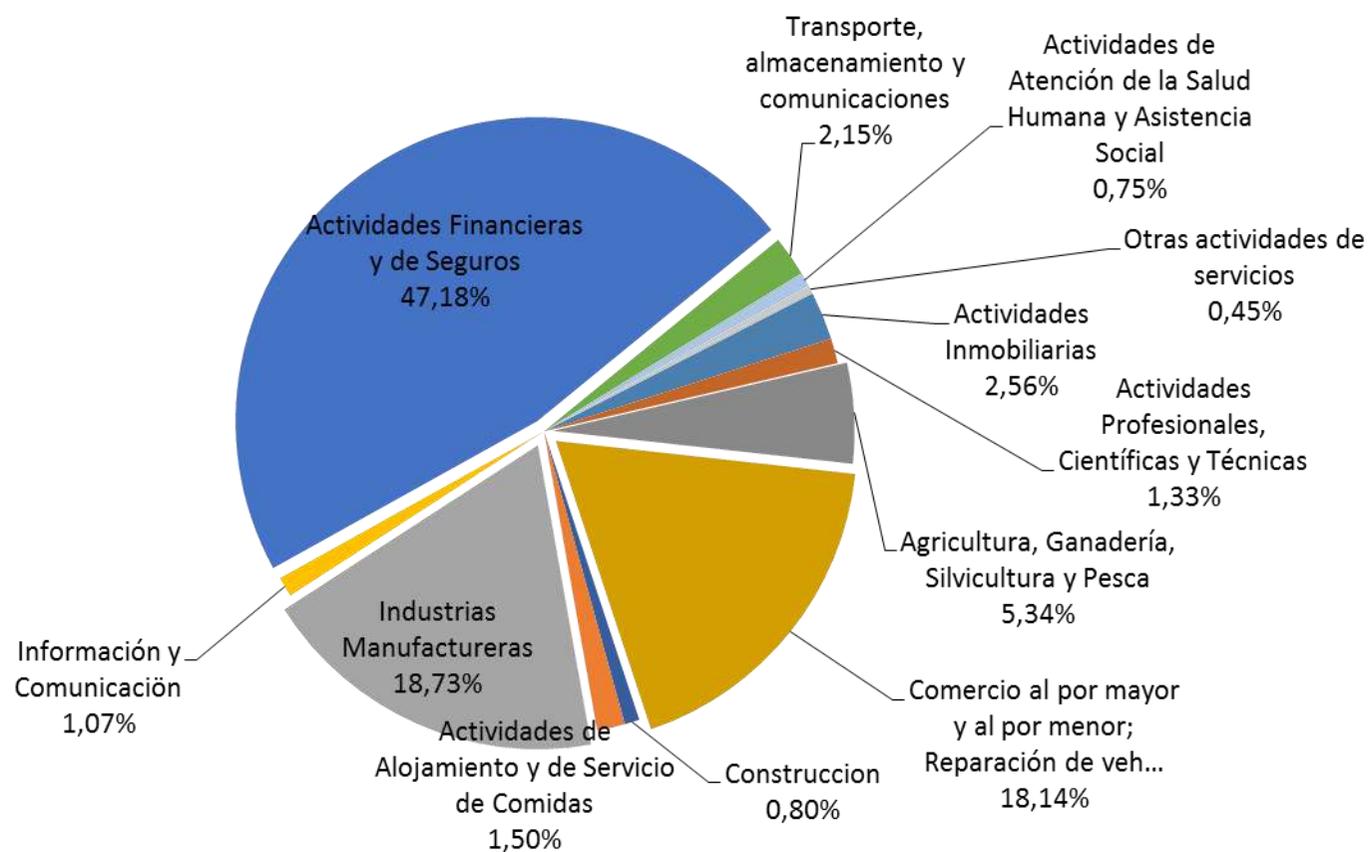
Anexo 4



Fuente: Anuario Estadístico SCV.

Anexo 5

Oferta Pública Autorizada por Sector Económico 2013



Fuente: Anuario Estadístico SCV.

020. PROPUESTA DE MEDICIÓN DEL ÍNDICE DE POBREZA MULTIDIMENSIONAL: CONSTRUYENDO UN PARADIGMA Y UNA MÉTRICA ALTERNATIVA.

Autor:

Carmen Magaly León Segura, Phd

carmen.leons@ug.edu.ec

Doctora en Ciencias Económicas.

Universidad de Guayaquil, Facultad de Jurisprudencia y CC. SS y PP.

Gestora Académica de la Facultad de Jurisprudencia y CC. SS y PP.

Docente-investigador a tiempo completo de la carrera de derecho.

Resumen

La pobreza ha sido, a lo largo de la historia, un fenómeno social que ha aquejado a una gran parte de la población mundial; el cual se ha visto agudizado por el desarrollo del capitalismo a nivel general y por el modo en que se ha insertado en este proceso. Específicamente en los países subdesarrollados o dependientes se han agravado las condiciones de vida y trabajo de las grandes mayorías de la población.

Las diferentes aproximaciones conceptuales al problema de la pobreza tienen un sustento en paradigmas teóricos cuyos fundamentos epistémicos, axiológicos e ideológicos son diferentes. Las dimensiones del problema crecen a ritmos exponenciales y millones de seres humanos viven el drama de la pobreza y la pobreza extrema hoy día, convirtiéndose en una tragedia que amenaza poblaciones enteras, como es el caso, por solo citar un ejemplo, de la región del África subsahariana.

Esta situación plantea a la comunidad científica, a los hacedores de política y tomadores de decisiones, nuevos retos en relación al tratamiento teórico, a la formulación de políticas públicas y al ámbito de acción de las mismas por cuanto la pobreza tiene una dimensión global. La propuesta lanzada, el pasado diciembre del 2015, por el gobierno del Ecuador sobre un índice de medición multidimensional de la pobreza no solo es novedosa, sino que responde a la necesidad de construir paradigmas y métricas alternativas que sustenten políticas públicas que contribuyan a dar respuestas reales y eficientes al problema de la pobreza.

Palabras claves: pobreza, capacidades, bienestar, métrica, políticas públicas.

Introducción

Existen múltiples definiciones y propuestas de medición acerca de la pobreza. Esta variedad de aproximaciones conceptuales no es casual, su concepción y métrica responde al enfoque conceptual que las sustenta. Si bien en la mayoría de los casos el concepto de pobreza se asume con un enfoque casi exclusivamente de carácter económico, es imposible no considerar los impactos políticos sociológicos, ideológicos y medioambientales, entre otros, de este problema que ya ha alcanzado una dimensión global en el siglo XX e inicios del siglo XXI.

Una aproximación a la comprensión del fenómeno y consecuentemente al diseño y aplicación de políticas encaminadas a mitigarla o eliminarla debe tener como punto de partida la consideración de que la pobreza debe ser vista como el resultado de un modelo económico y social, ejercido y aplicado en un territorio y tiempo determinado, por los diversos agentes económicos y políticos, que producen en la sociedad sectores excluidos de los beneficios totales o parciales del modelo en ejecución. La pobreza es el resultado de procesos complejos y extendidos en el tiempo, que son difíciles de apreciar a simple vista y que requieren investigación sostenida para lograr su comprensión.

La pobreza es un fenómeno contingente y construido socialmente, y el significado del término varía según las sociedades y el tiempo. Al respecto, Marx señala en su ensayo “Trabajo asalariado y capital,” de 1849: “Una casa puede ser grande o pequeña; en tanto las casas circundantes sean igualmente pequeñas, satisface todas las demandas sociales de una vivienda. Pero si surge un palacio al lado de la casita, la casita se reduce a una choza [...] Nuestras necesidades y placeres surgen de la sociedad; los medimos, por lo tanto, por la sociedad y no por los objetos de su satisfacción. Debido a que son de carácter social, son de naturaleza relativa” (Marx, 2016).

La Organización de Naciones Unidas en 1995 definió a la pobreza como “la condición caracterizada por una privación severa de necesidades humanas básicas incluyendo alimentos, agua potable, instalaciones sanitarias, salud, vivienda, educación e información. La pobreza depende no sólo de ingresos monetarios sino también del acceso a servicios” (ONU, 1995). Según el Banco Mundial la pobreza se define como la incapacidad para alcanzar un nivel de vida mínimo medido en términos de necesidades básicas o del ingreso (consumo) requerido para satisfacerlas (Banco Mundial, 1990).¹

Las definiciones más frecuentemente utilizadas en la literatura científica y que sirven de sustentación para la elaboración de diferentes sistemas de medición tienen en su mayoría como fundamento el paradigma neoclásico que asume como bienestar la satisfacción de necesidades ilimitadas frente a la disponibilidad de recursos escasos, consecuentemente la pobreza es considerada en función de los recursos que la persona

¹ Una interesante crítica sobre el enfoque del Banco Mundial acerca de la pobreza puede consultarse en el trabajo: El Banco Mundial y el desarrollo económico: Un análisis crítico. (Bustelo, 1994)

posee, y su medición se realiza a partir de la correlación del ingreso con el consumo, teniendo su correlato en el Producto Interno Bruto (PIB) per cápita (Sachs, 2007).

Prolífera ha sido la crítica que ha encontrado esta forma de medición de la pobreza, considerando las insuficiencias del PIB, las inconsistencias teóricas e ideológicas del modelo neoclásico y la llamada paradoja de Sterlitz.² No obstante, internacionalmente se utilizan algunos conceptos para medir la situación de pobreza: pobreza absoluta cuando ciertos estándares mínimos de vida, tales como nutrición, salud y vivienda, no pueden ser alcanzados (Mora, 2011). Se considera pobreza relativa cuando no se tiene el nivel de ingresos necesarios para satisfacer todas o parte de las necesidades básicas de acuerdo a los criterios de un determinado tiempo y sociedad (Niemiets, 2011).

Las formas de medir la pobreza son muy diferentes en relación a la pobreza relativa y la pobreza absoluta. Desde un punto de vista económico, sociológico y psicológico se complementan ambas. Es particularmente dramática la situación de pobreza absoluta, la cual es el principal problema de las sociedades sin recursos. Constituye un problema desde el punto de vista sociológico y psicológico la pobreza relativa, que la padece quizás gran parte de las sociedades desarrolladas o en vías de desarrollo, se trata de la calidad de vida (Fenton, 2013).

El umbral de pobreza se define internacionalmente como la línea fijada en dos dólares diarios por persona (de igual poder adquisitivo), cantidad que se considera suficiente para la adquisición de productos necesarios para cubrir las necesidades básicas en los países de más bajos ingresos (Banco Mundial, 2015). Por su parte, el umbral de pobreza extrema se considera internacionalmente como la línea fijada en 1,25 dólares diarios per cápita (de igual poder adquisitivo), (Banco Mundial, 2015), cantidad que se considera suficiente para la adquisición de productos necesarios para sobrevivir en los países de más bajos ingresos. (Rodríguez, 2016).

Un enfoque teórico, desde otros referentes epistémicos lo proporciona el Premio Nobel Amartya Sen, en 1998, con su análisis de la pobreza asociado al desarrollo de las capacidades, así como su concepción de bienestar (Sen, 2002). Un desarrollo posterior de estas ideas aparece en el "Informe para la medición del desempeño económico del progreso social" elaborado por J. Stiglitz y A. Sen en el 2008, asociado al bienestar, donde señalan que: "el problema radica en medir el bienestar de la población más que en la producción económica y que es consecuente que dichas mediciones del bienestar se restituyan en un contexto de sustentabilidad" (J. Stiglitz, 2008). Significativo ha sido el

² La paradoja de Sterlitz es un concepto clave en la economía de la felicidad. Se trata de un postulado del economista Richard Sterlitz, publicado en un artículo de 1974 con el título "Does Economic Growth Improve the Human Lot? Some Empirical Evidence". En este artículo se muestra que, tal y como predice la teoría económica mayoritariamente aceptada, dentro de un país dado, la gente con mayores ingresos tiene una mayor tendencia a afirmar que es más feliz. Sin embargo, cuando se comparan los resultados de varios países, el nivel medio de felicidad que los sujetos dicen poseer no varía apenas, al menos en los países en los que las necesidades básicas están cubiertas en la mayor parte de la población. De manera similar, aunque los ingresos por persona aumentaron de manera significativa en los Estados Unidos entre 1946 y 1970, el nivel de felicidad declarado por los ciudadanos no mostro una tendencia de cambio homogénea, manteniéndose hasta los años 60 y decreciendo entre 1960 y 1970. (Sterlitz, 1974)

aporte de A. Deaton a la medición de la pobreza y la metodología utilizada a partir de las encuestas a hogares.

En diciembre del 2015 el gobierno del Ecuador presentó oficialmente la propuesta de medición del índice de pobreza multidimensional, el cual asume el enfoque de pobreza planteado por A. Sen, que se basa en la metodología de Alkire y Lester (AF) desarrollada por la Universidad de Oxford y que ya es utilizada en países como México, (Secretaría de desarrollo social, 2016), Colombia, (DANE, 2015) Costa Rica (Costa Rica se estanca en reducción de la pobreza y la desigualdad, 2015), Chile, (Ministerio de desarrollo social , 2014) y algunos países asiáticos.

En el presente trabajo se analiza la propuesta metodológica que sustenta el índice de pobreza multidimensional, se exponen sus antecedentes y algunos resultados del desempeño macroeconómico alcanzados por el país. Se propone como objetivo: valorar los aportes de la propuesta de medición del índice de pobreza multidimensional para el caso del Ecuador.

Como metodología de investigación se ha utilizado el análisis crítico de la bibliografía referida al objeto de estudio, así como de las estadísticas utilizadas por instituciones oficiales ecuatorianas. Se han utilizado los métodos propios de la investigación científica en el campo de las ciencias sociales y humanísticas, tales como: análisis y síntesis, inducción y deducción, la abstracción científica.

1. El paradigma neoclásico y la medición de la pobreza

La pobreza se concibe como la situación que afecta a las personas que carecen de lo necesario para el sustento de sus vidas, es decir, que no pueden satisfacer sus necesidades básicas. Es un concepto multidimensional; el cual no contempla sólo aspectos económicos sin que además incluya aspectos no materiales y ambientales. En otras palabras, la pobreza implica no tener la oportunidad de vivir una vida larga, sana, creativa y disfrutar de libertad, dignidad, respeto por sí mismo y de los demás.

Sus causas son múltiples, entre ellas se encuentran los problemas políticos, la crisis de los mercados financieros, los desastres naturales, la gestión inadecuada del medio ambiente –utilización incorrecta de los recursos naturales por parte del hombre (Mac Ewan, 2010). De ahí que una propuesta realista de política para erradicar la pobreza debe combinar aspectos políticos, medioambientales, sociales y éticos para proponer fórmulas realistas que permitan a los países más pobres salir del ciclo de la pobreza (Sachs, 2007).

Existen distintas metodologías para medir la pobreza de los habitantes del planeta. Algunos utilizan indicadores de carácter pecuniario (producto bruto interno, PBI), otros tienen en cuenta cuestiones vitales (esperanza de vida, consumo diario de calorías, entre otros) y otros aspectos educativos como (analfabetismo, etcétera). Además, cada

uno de estos indicadores ofrece ventajas y desventajas y su aplicación depende del propósito que se persiga.

El paradigma neoclásico predominante en la literatura especializada considera la pobreza en función de los recursos que la persona posee por lo que lo vincula a la relación ingreso-consumo, a pesar de que no hay suficiente evidencia empírica sobre la correlación entre los niveles de ingreso y de bienestar (Blackorby, 1987). En esta concepción el bienestar se enfoca como un trade off entre la satisfacción de necesidades ilimitadas frente a la disponibilidad de recursos limitados (Sachs, 2007).

La necesidad depende del deseo del consumidor, se impone la supremacía del consumidor, por lo que el crecimiento del bienestar dependerá de la “maximización del consumidor”, lo que condiciona un crecimiento ilimitado para aumentar el bienestar económico y por ende como forma de medición recurre al PIB per cápita (Bustelo, 1994).

Entre las falencias de este enfoque se suelen considerar, la ausencia de los procesos distributivos, el no considerar el grave problema de la sostenibilidad del modo de vida, asumiendo que el planeta tierra tiene una capacidad ilimitada de incrementar su capacidad productiva (CEPAL, 2014). Ignora la falta de asociación observable entre el crecimiento económico, el nivel de ingreso y la percepción de felicidad. No hay correlación científicamente fundamentada entre niveles de ingreso y bienestar (FAO, 2013). Por último se desconoce el papel y el poder de la acción colectiva y la voluntad política para mitigar la pobreza y aumentar el bienestar y la felicidad.

“Cada vez más, la felicidad se considera una medida justa de progreso social y un objetivo de la política pública. Un número cada vez mayor de los gobiernos nacionales y locales están utilizando los datos e investigación sobre la felicidad en la búsqueda de políticas que pudieran permitir a la gente a vivir una vida mejor. Los gobiernos están midiendo el bienestar subjetivo, y usando la investigación sobre bienestar como una guía para el diseño de los espacios públicos y la prestación de servicios públicos” (Helliwell, 2015).

La medición de la pobreza por vía del ingreso ha sido criticada por Sen (1980, 1996, 2001). El autor afirma que no hay “una correspondencia estrecha entre: 1) la pobreza vista como escasez del ingreso, y 2) la pobreza vista como incapacidad para satisfacer algunas necesidades elementales y esenciales” (Sen 2001: 239). De manera que la pobreza no debe medirse sólo según el acceso a bienes materiales y sociales. Es necesario que los individuos tengan la capacidad de utilizarlos eficazmente, que les permita ser libres para procurarse su bienestar. Sen afirma que la conversión del ingreso en capacidades básicas puede variar de manera significativa entre los individuos, ya que está afectada por variables sobre las que una persona puede tener escaso o ningún control, como son la edad, el sexo, la localización y la epidemiología.

Sen propone entonces un cambio de enfoque. En lugar de hacer énfasis en los bienes materiales (ingreso), hay que fijarse en las capacidades del individuo para poder vivir el tipo de vida que valora. En otras palabras, la pobreza es vista como limitación de la libertad de los individuos.

El concepto de capacidades (capabilities) de bienestar económico ha sido establecido por Amartya Sen. Él argumenta que "[...] el enfoque adecuado para evaluar el nivel de vida [...] es algo que puede llamarse la capacidad de una persona [... Es la capacidad de funcionar [...] que más se acerca a la noción de calidad de vida" (Sen, 1983). La capacidad general para funcionar en la sociedad implica, además de la capacidad de Smith para "aparecer en público sin vergüenza,"³ las capacidades más básicas, por ejemplo, para satisfacer las necesidades nutricionales, para escapar de las enfermedades evitables, para ser protegido, para ser vestido, para poder viajar y ser educado (Sen 1983:162–163).

Desarrolla su teoría considerando que al aplicar el enfoque sobre la capacidad y la ventaja de una persona, lo que interesa es evaluarla en términos de su habilidad real para lograr funcionamientos valiosos como parte de la vida. El enfoque correspondiente en el caso de la ventaja social - para la evaluación totalizadora, así como para la elección de las instituciones y de la política- considera los conjuntos de las capacidades individuales como si constituyeran una parte indispensable y central de la base de información pertinente de tal evaluación" (Sen, 2001).

Para Sen el bienestar es entendido como el estado en que los individuos tienen la capacidad y la posibilidad de llevar una vida que tienen motivos para valorar. La capacidad de las personas para procurarse una vida que valoren está determinada por una diversidad de libertades instrumentales. El bienestar humano implica tener seguridad personal y ambiental, acceso a bienes materiales para llevar una vida digna, buena salud y buenas relaciones sociales, todo lo cual guarda una estrecha relación con y subyace a la libertad para tomar decisiones y actuar. (Sen, 2002)

Sen caracteriza las formas más comunes de medición de la pobreza a partir de *las necesidades básicas*. Para identificar a los pobres, dado un conjunto de "necesidades básicas" es posible utilizar por lo menos dos métodos. Uno consiste simplemente en determinar el conjunto de personas cuya canasta de consumo actual deja insatisfecha alguna necesidad básica. A éste se le puede llamar el "método directo" y no involucra ninguna idea de ingreso, ni siquiera el nivel correspondiente a la línea de la pobreza. En contraste, al llamado "método del ingreso", el primer paso consiste en calcular el ingreso mínimo, o la línea de pobreza (LP), en el cual todas las necesidades mínimas.

³ En un pasaje de *La Riqueza de las Naciones*, Adam Smith escribe acerca de la pobreza en términos de la capacidad de una persona para aparecer en público sin vergüenza, y, en su tiempo, hacer esto habría dependido de ser el dueño de una camisa de lino. No es la camisa de lino por sí misma la que define la pobreza, sino la ausencia de la capacidad de aparecer en público sin vergüenza (Sen 1983:162–163).

Otro criterio de medición incorpora que otras dimensiones de la pobreza, por ejemplo el método de la Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI). El mismo consiste en seleccionar un conjunto de necesidades básicas y calificar como pobre aquellos hogares que no satisfagan una de ellas, y como pobres extremos aquellos que no satisfagan más de una de ellas (SIISE, 20013).

Es bastante frecuente la utilización de agregados de consumo (en términos de valor) como medida sintética del componente económico del nivel de vida (Deaton, 2016).⁴ Esta práctica se sustenta en el concepto neoclásico de utilidad expresado en términos monetarios (UETM), que mide los niveles de vida por medio del dinero necesario para mantenerlos y en función de la preferencia de los consumidores. A la vez, suelen servir para apoyar las políticas que plantean la cuestión de la distribución de los ingresos. Este método presenta el inconveniente que para calcular la UETM determinada por la derivación del gasto total de los hogares y su división por un índice de precios de Paasche,⁵ exige realizar muchos ajustes y aproximaciones. (Blackorby, 1987).

Tampoco considera otros componentes del bienestar tales como salud, esperanza de vida, niveles de educación, el tiempo y el ocio de que se dispone, los cuales aunque relacionados con los niveles de ingreso y consumo, no pueden captarse en términos monetarios (Sachs, 2007). Por último, no tiene en cuenta la aportación de los bienes suministrados públicamente, en los cuales, en ocasiones se hace mención a algunos de los elementos arriba señalados pero se obvian otros igualmente importantes entre los que cabe señalar: la policía, el agua, la higiene, la justicia, los parques públicos y la defensa nacional, dada la dificultad que representa encontrar precios (los llamados precios sombra) que reflejan el valor que tienen para cada hogar (PNUD, 1999).

Una de las últimas contribuciones al problema de la pobreza se debe a los trabajos del profesor Angus Deaton con sus estudios sobre el consumo, la pobreza y el bienestar, que le valiera la distinción de la Academia sueca en el año 2015⁶ (Deaton, 2016). Generalmente esta información es obtenida a través de la aplicación de encuestas a los hogares en base a las cuales se elaboran mapas de pobreza.

⁴ Angus Deaton, profesor de Economía y Asuntos Internacionales en la Universidad de Princeton (EE.UU.) desde 1993 y Premio Nobel en Economía 2016. En los años noventa estudió el vínculo entre consumo e ingresos. Y posteriormente midió los estándares de vida y pobreza en países en desarrollo, mediante una metodología de encuestas en hogares que le permitió arrojar nueva luz sobre la relación entre ingresos y consumo de calorías o sobre la discriminación de género en el seno familiar.

⁵ El índice Paasche (del economista alemán Hermann Paasche) constituye un deflactor del PIB que establece la relación entre: $PIB \text{ real} = PIB \text{ nominal} / D$, <https://www.uv.es/ceaces/numindices/iprecios.htm>

⁶ Deaton ha realizado importantes contribuciones en temas relacionados con otra dimensión de las preferencias de los consumidores: el proceso de decisión de consumo-ahorro. En una serie de papers escritos durante los 1980s, Deaton analizó los determinantes de la fracción del ingreso o riqueza que un individuo asigna al ahorro. Estas contribuciones alertaron a la profesión sobre ciertas inconsistencias entre las regularidades observadas en la data y el modelo de elección intertemporal con un consumidor (agregado) representativo. Como consecuencia, quedó en evidencia la importancia de incorporar en el análisis las decisiones individuales y las distintas restricciones (por ejemplo de liquidez) que los individuos enfrentan. Las implicancias de estos trabajos para los avances en macroeconomía han sido sumamente influyentes y relevantes.

En opinión de Deaton las encuestas sobre gastos familiares no son adecuadas para la construcción de estimaciones precisas de bienestar en pequeñas áreas, pese a que en los últimos años los mapas de pobreza han sido tendencia en los países del tercer mundo. Considera que los políticos y tomadores de decisiones que hacen uso de mapas de pobreza para asignar fondos y mejorar la orientación de los programas de bienestar social deben ser conscientes de que tales instrumentos pueden ser sujeto de dudas y errores, por lo que creen que se debe tomar en cuenta “que la mala asignación de recursos sucederá a la identificación errónea de sus objetivos” (Deaton, 2016).

Otros aspectos incorporados por este autor al estudio de la pobreza es el costo de los hijos, la influencia de los tipos de cambio en paridad de poder adquisitivo, la elaboración de tipos de cambio en paridad de poder adquisitivo considerando los precios de lo que consumen los pobres, así como la relación entre el incremento del bienestar emocional y la valoración de la propia vida.

1.2 La propuesta metodológica del Índice de Pobreza Multidimensional

1.2.1 Marco normativo

La constitución del Ecuador y el Plan Nacional del Buen Vivir delinearon el marco normativo, la estrategia de desarrollo y los objetivos a alcanzar para disminuir los niveles de pobreza en el Ecuador. En la Constitución del Ecuador, en su artículo 3, se establece que constituye un deber del Estado: “Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir” (Asamblea Constituyente, 2008). Los artículos 26, 30, 32, 33, 50 y 56 también incluyen aspectos referidos al problema de la pobreza.⁷

El Plan Nacional del Buen Vivir asume que el buen vivir es la forma de vida que permite “la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. No es buscar la opulencia ni el crecimiento económico infinito” (SENPLADES, 2008). Los objetivos 2, 3, 4, y 9 también trazan las directrices para la elaboración de políticas públicas encaminadas a combatir la pobreza.

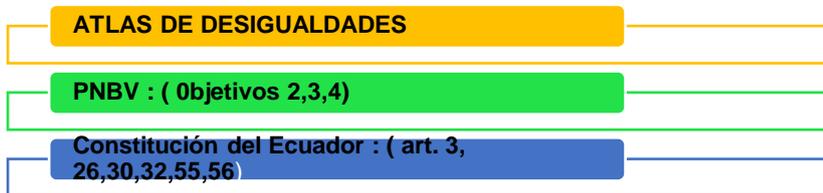
1.2.2 Antecedentes

El antecedente directo para la elaboración de la propuesta del Índice de pobreza multidimensional lo constituyó la elaboración del Atlas de desigualdades por el Senplades (SENPLADES, 2013). Este documento tuvo como objetivo dar respuesta a las siguientes interrogantes: ¿Quiénes se han quedado fuera o rezagados en el ejercicio de los derechos? ¿Cuáles son las causas estructurales de los hechos? Lo que permitió analizar dimensiones como: pobreza, educación, salud, nutrición, empleo, entre otras, y constituye un instrumento para el diseño de políticas públicas, así como el uso eficiente

⁷ El sustento normativo y legal brindado por la Constitución se expresa en: artículo 3; la erradicación de la pobreza, artículo 26; el derecho a la educación; artículo 32: el derecho a la salud; artículo 33; el trabajo como derecho y deber; el artículo 55 la seguridad social y el artículo 56 el derecho a un hábitat seguro.

de los recursos presupuestados en función del logro de los objetivos del Buen Vivir. En la figura 1 se resume el marco normativo y los antecedentes para la elaboración del IPM en Ecuador.

Figura 1: Marco normativo del IPM en Ecuador.



Fuente: Elaboración propia

EL IPM fue presentado por el gobierno del Ecuador el 27 de diciembre de 2015, y fue elaborado considerando los resultados de la encuesta urbana de empleo y desempleo 2005-2012, y la encuesta de condiciones de vida 2006. Estas permitieron determinar la incidencia de los ingresos en la pobreza, el universo, las unidades de observación y el propósito del trabajo. El índice fue construido en colaboración con la Universidad de Oxford y se basa en la metodología de Alkire y Lester.

EL IPM trata de responder a tres preguntas básicas: ¿Cuántas personas son pobres en Ecuador? ¿Qué tan pobres son? ¿Por qué son pobres? Asume el enfoque de la métrica tradicional para medir que la pobreza es unidimensional y limitada (J.Stiglitz, 2008), así como el enfoque de Sen sobre las capacidades (Sen, 2002). Además, considera que el desarrollo de las capacidades debe garantizar los derechos y libertades asociados a la concepción del PNBV (SENPLADES, 2015). A partir de estos supuestos se propone una forma de medición de la pobreza de carácter multidimensional. Una métrica que recoja los componentes que definen las privaciones elementales.

El IPM constituye la propuesta alternativa de medición de la pobreza que propone el gobierno del Ecuador que concibe la misma en función de la privación del ejercicio pleno de los derechos en función del Buen Vivir (Correa, 2015).

Tabla 1: IPM: dimensiones, indicadores y ponderaciones.

Dimensiones	Indicadores	Ponderaciones
Educación	Inasistencia de educación básica. Falta de acceso a la educación superior por razones económicas. Logro educativo incompleto Menos de diez años de escolaridad.	1/3
Salud, Agua y Alimentación	Privación de acceso a agua. Recursos suficientes para un mínimo nivel de alimentación Pobreza extrema por falta de ingresos.	1/3
Hábitat, Vivienda y Ambiente Sano	Hacinamiento. Déficit habitacional. Falta de acceso a servicios de recogida de basura sin saneamiento de excretas.	1/3
Trabajo y Seguridad Social	Desempleo inadecuado. Subempleo.	1/3

Fuente: Elaboración propia, a partir del IPM.

Entre las aportaciones que tiene la construcción del IPM se encuentra la propia concepción de pobreza multidimensional, concepto que trata de aprehender las diferentes aristas del problema no sólo en términos monetarios sino que incorpora el problema del bienestar con un enfoque de sustentabilidad. Se asume que están en una situación de pobreza multidimensional a los privados de al menos 4 de los 12 indicadores considerados en el IPM. Se considera la intensidad y pobreza en función del número de privaciones y teniendo en cuenta que el efecto simultáneo es mayor cuando se tienen varias privaciones que la suma individual de sus efectos individuales.

Es una herramienta útil para explicar las razones estructurales de la pobreza multidimensional y consecuentemente rediseñar políticas públicas en áreas de alta sensibilidad como la educación y la salud. Contribuye al desarrollo de nuevas herramientas de medición de los resultados en una economía compleja, centrándose más en el bienestar de la población que en los resultados económicos en un contexto de incremento de bienestar y sustentabilidad de los niveles de bienestar alcanzados.

1.3 El problema de la pobreza en Ecuador

Entre 2006 y 2014, la pobreza por consumo se redujo a nivel nacional 32,6%, lo que representa aproximadamente 1,3 millones de personas que salieron de la pobreza, reducción mayor a la registrada entre 1998 y 2006 cuando bajó en 14,5% según los últimos datos de la Encuesta de Condiciones de Vida (ECV) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2016). La pobreza por consumo en el 2014 llegó a 25,8% a nivel nacional, en el área rural 47,3%, mientras en el área urbana alcanzó el 15,5% en comparación al 38,3%, 61,5% y 24,9% del 2006 respectivamente (INEC, 2016).

La pobreza extrema por consumo se ubicó en 5,7%, lo que representa una reducción del 55,4% (aproximadamente 900.000 personas) entre 2006 y 2014. De la misma manera, esta reducción es mayor a la registrada entre 1999 y 2006 en donde la pobreza extrema se redujo en 31,6%. Para el año 2014, en el área rural la pobreza extrema llegó a

13,8% y la urbana a 1,9% (INEC, 2016). Guayas, Manabí y Carchi son las provincias que registraron mayor reducción de pobreza por consumo entre 2006 y 2014 con una variación relativa de 45,1%, 41,1% y 40,2% respectivamente (INEC, 2016).

Desigualdad de Consumo

En el caso de la desigualdad, entre 2006 y 2014, el Coeficiente de GINI de consumo bajó 4,8 puntos, al pasar de 0,455 a 0,408.⁸ El periodo 2006-2014 es el primero desde que se tienen encuestas de condiciones de vida en donde se observa una reducción de la desigualdad de consumo medida por GINI. En el periodo inmediatamente anterior 1998-2006, el GINI subió en 1,2 puntos de 0,443 a 0,455. En el área urbana el coeficiente de GINI bajó entre 2006 y 2014 de 0,43 a 0,39, y en el área rural bajó de 0,397 a 0,353.

En relación a la pobreza estructural se ha instrumentado en el país como metodología su medición a partir de las Necesidades Básicas Insatisfechas, (NBI). La pobreza por NBI a nivel nacional se redujo 31,1% entre 2006 y 2014 al pasar de 52% a 35,8%, lo que representa aproximadamente 1,6 millones de personas que salieron de la pobreza por NBI. La reducción de pobreza por NBI alcanzada en el periodo 1998 y 2006 fue de solo 18,7%.

La reducción observada en la pobreza NBI entre 2006-2014 en el sector rural es de 22,2% mientras que en el área urbana es de 35,3%. El resultado: la reducción de la pobreza se da en los tres tipos de pobreza: por consumo, por ingresos y por necesidades básicas insatisfechas. (INEC, 2016)

Gráfico 1: EVOLUCION DE LA POBREZA URBANA (Por ciudades principales).



Fuente: INEC, 2015

En el período entre el 2007 y el 2015 el 20% más pobre de la población duplicó su ingreso mensual per cápita. La relación entre el 10% más rico y el 10% más pobre de la

⁸ El coeficiente de GINI es el índice que mide la desigualdad entre la población, en un intervalo de 0 a 1 (el 0 corresponde a la perfecta igualdad).

población se redujo de 42 a 25 veces. Aunque no hay completa disponibilidad de información sobre la pobreza multidimensional en el Ecuador. Se estima que entre el 2009 y el 2015 la misma disminuyó de un 51% a un 35% (INEC, 2016).

Tabla 2: IPM en Ecuador.

IPM	No de pobres por IPM (millones)	% de personas que son pobres	% de intensidad de pobreza	% de personas que son pobres de ingresos (menos de \$1.25)
0,009	▼0.294	▼2.21	▼41.59	▼4.7

Fuente: Elaboración propia a partir del IPM

La pobreza extrema se sitúa en un 14, 8%, lo que representa que 1,8 millones de personas salieron de la situación de pobreza extrema en 6 años, evidenciando lo acertado de las políticas públicas implementadas por el gobierno en relación a la pobreza. Lo anterior avala el hecho de que Ecuador se sitúe entre los países con más logros en la disminución de la pobreza y la desigualdad y entre los más equitativos de América Latina y el continente (Foro económico Mundial, 2015).⁹

Otros resultados macroeconómicos a destacar son: a pesar de la difícil coyuntura económica que atraviesa el país, el desempleo se situó al cierre del 2015 en un 4.7%, siendo el más bajo del continente y su historia y el subempleo o subocupación fue de un 12,3% (Correa, 2015) .

Tabla 3: Ocupación por sectores seleccionados al cierre del 2015.

Sectores	Variación (%)
agricultura	▼0.5
turismo	▲ 0,65
manufactura	▼ 0.8
Resultado final	▼0.97

Fuente: INEC

Tabla 4: Población en situación de pobreza al cierre del 2015 (%).¹⁰

Pobreza	23,3
Pobreza extrema	8.45

Fuente: INEC

Tabla 5: Variación del empleo y el desempleo (diciembre del 2014 a diciembre del 2016) en %.

Indicador	2014	2015	Variación
Empleo adecuado	49.28	46.50	▼2,8
Subempleo	12.87	14.01	▲1.14
Desempleo Nacional	3.80	4.77	▲0.97

Fuente: INEC

⁹ El 62% de personas tienen un patrimonio equivalente al 50% más pobre del planeta, lo que testimonia el incremento de la inequidad, la injusticia social y la magnitud de la pobreza situándola como un problema global. (Banco Mundial, 2015)

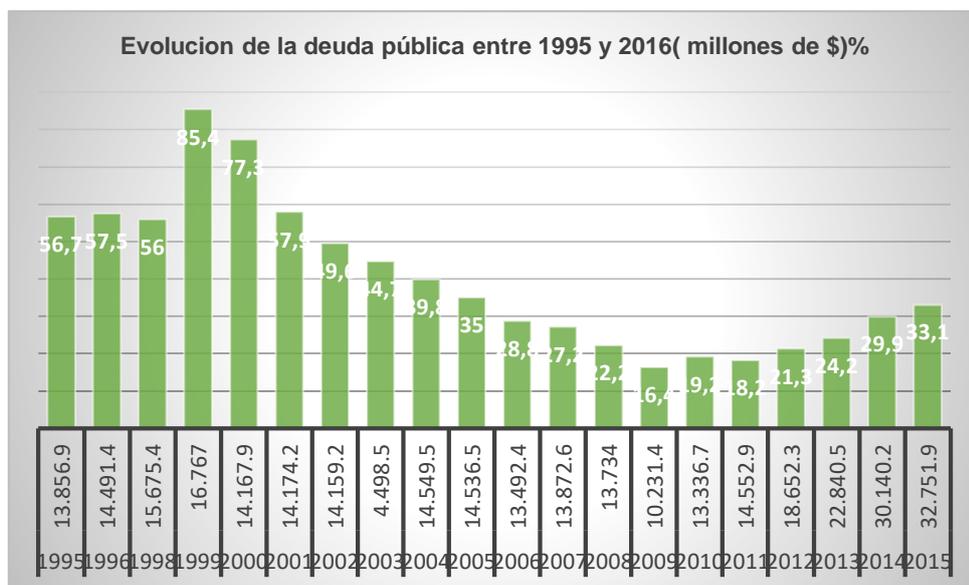
¹⁰ No representan variaciones estadísticas significativas con respecto al 2014.

Tabla 6: Algunos indicadores macroeconómicos del sector real al cierre de diciembre 2015.

Indicador	%
Crecimiento anual de la economía	0.43
Consumo de los hogares	-1.25
Tasa de desempleo ¹¹	4.77
Tasa de empleo adecuado ¹²	46,5
Pobreza urbana ¹³	15,5
Tasa de inflación	3.38

Fuente: (PUCE, 2015)

Grafico2: Evolución de la deuda en Ecuador



Numerosas fueron las dificultades para el año 2015. Los inconvenientes para cubrir el financiamiento público, la falta de inversión privada y la caída del precio del petróleo que se dio en el segundo cuatrimestre del año (EKOS NEGOCIOS:COM, 2015) provocaron el incremento del endeudamiento público, el encarecimiento del crédito, (Observatorio de la política fiscal, 2015) , la caída del consumo de los hogares , un aumento aunque moderado aún de la inflación y un magro crecimiento económico. Esta situación ha provocado la adopción de medidas como la exclusión a partir de este año del 40% que el gobierno debía aportar al IESS por concepto de jubilaciones, que fueron eliminadas desde el pasado abril del 2015. (Una deuda que presiona las cuentas públicas, 2016).¹⁵

¹¹ En % sobre la PEA

¹² En % sobre la PEA

¹³ Sobre el total de la población

¹⁴ El monto de la deuda se aproxima ya al techo de endeudamiento fijado por la ley. A pesar de las moratorias y recompra de bonos, el país ha aumentado su endeudamiento con altas tasas de interés y corto plazo. El servicio de deuda subió el 80%, el pago de intereses anuales por la deuda pública paso de \$549ms en 2009 a alrededor de \$2000 millones en este año. (Una deuda que presiona las cuentas públicas, 2016)

¹⁵ En mayo pasado, el 49% de la deuda pública estaba sujeta a tasas de interés fijas que van del 5.1% al 8% a un plazo de cinco a siete años. Estas condiciones superan la de países como Chile cuya deuda total alcanza el 63% del PIB.

A pesar de la crisis económica que atraviesa el país este ha logrado algunos avances - aunque discretos- en relación a la disminución de la pobreza y la pobreza extrema.

Las políticas públicas instrumentadas en materia de seguro social, inversiones y manejo de gasto público han contribuido al logro de estos modestos pero significativos logros y a que el país se coloque entre los más equitativos del mundo y el tercero de la región latinoamericana

Consideraciones Finales

La elaboración de un Índice de Pobreza Multidimensional en Ecuador constituye una importante contribución al desarrollo de un paradigma y una métrica alternativa que sustenten el diseño y gestión de políticas públicas encaminadas a combatir el flagelo de la pobreza que azota a millones de seres humanos a escala planetaria, convirtiéndose en una verdadera pandemia global.

Entre los aportes que el mismo ofrece se encuentran el enfoque multidimensional de la pobreza asociada, no a los niveles de ingreso y consumo y consiguientemente a las necesidades insatisfechas, predominante en el enfoque convencional neoclásico y sus métricas correspondientes, sino que lo vincula al bienestar, a los objetivos del PNBV desde un enfoque de la sostenibilidad del mismo y alineado a los instrumentos de planificación nacional e internacional.

EL IPM se estructura alrededor de cuatro dimensiones principales: educación, salud, empleo y vivienda, medidos a través de 12 indicadores. En la construcción del indicador se ha tenido en cuenta la acción colectiva para reducir la pobreza, destacándose el papel de los bienes comunes y se ha articulado con las políticas y finanzas públicas.

El aumento de la inequidad va acompañado de la acumulación y concentración de la riqueza y solo puede ser frenada con la implementación y manejo de políticas públicas que persigan el logro del equilibrio entre la adecuada distribución de la riqueza, el acervo y los recursos sociales.

Solo la voluntad política puede contraponerse al poder del mercado la famosa “mano invisible” debe ser orientada para lograr un mercado gobernado por la acción colectiva en función de los intereses sociales, para ello hay que desarrollar mecanismos adecuados de control y gobernanza que posibiliten incrementos sostenidos de productividad del trabajo en base al libre acceso al conocimiento, la ciencia y la tecnología que marquen el tránsito hacia una sociedad social del conocimiento.

Pero es necesario considera que la pobreza socioeconómica no se puede solucionar *solo* con la acción del Estado, otros componentes como los cambios en las relaciones del poder y las estructuras de inclusión vigente articuladas con los procesos políticos también son imprescindibles.

Los logros alcanzados por el Ecuador testimonian que es posible disminuir la inequidad, aumentar la justicia social y disminuir la pobreza con políticas públicas que expresen la voluntad política de dar solución al problema y que al mismo tiempo van conformando

un nuevo paradigma y una métrica alternativa en relación a la pobreza como problema multidimensional y estructural.

Bibliografía

- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito.
- Banco Mundial. (1990). *Informe de desarrollo social*. Nueva York : Oxford, University Press.
- Banco Mundial. (25 de 06 de 2015). *Pobreza: panorama general*. Obtenido de www.bancomundial.org: <http://www.bancomundial.org/es/topic/poverty/overview>
- Blackorby, C. a. (1987). Welfare ratios and distributionally sensitive cost-benefit analysis. *Journal of Public Economics*, 265-90.
- Bustelo, P. (1994). El Banco Mundial y el desarrollo económico: un análisis crítico. En J. (. Iglesias, *El orden económico mundial*. Banco Mundial, FMI, GATT (págs. 151-168). Madrid: Editorial Síntesis .
- CEPAL. (2014). *Panorama social de América Latina*. Santiago de Chile: Naciones Unidas .
- Correa, E. R. (2017 de Diciembre de 2015). Presentación del IPM en Ecuador. (M. d. comunicación, Entrevistador)
- Costa Rica se estanca en reducción de la pobreza y la desigualdad. (26 de 01 de 2015). *La Nación*, pág. 2.
- DANE. (2015). *Pobreza monetaria y multidimensional en Colombia*. Bogota: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-sociales/pobreza>.
- Deaton, A. (23 de 06 de 2016). *www.cepal.org*. Obtenido de <http://www.cepal.org/deype7mecovi/docs/taller3/18pdf>
- EKOS NEGOCIOS:COM. (2015). Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1134.pdf>
- FAO. (2013). *Pobreza rural y políticas públicas en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Naciones Unidas .
- Fenton, A. (2013). *Small-area measures of income poverty*. Londres: The London School of Economics and Political Science.
- Foro económico Mundial. (24 de 01 de 2015). <http://noticias.starmedia.com/>. Obtenido de <http://noticias.starmedia.com/economia/resumen-completo-foro-economico-mundial-davos-2015.html>
- Helliwell, J. R. (2015). *Reporte Mundial de Felicidad 2015*. http://worldhappiness.report/wp-content/uploads/sites/2/2015/04/WHR2015_Spanish_Ch-1.pdf.
- INEC. (28 de 06 de 2016). *Pobreza por ingresos*. Obtenido de Ecuador en cifras: <http://www.ecuador.en.cifras.gob.ec/pobreza>
- J.Stiglitz, A. S. (2008). *Informe de la Comisión para el Desempeño Económico del progreso Social*. Lisboa.

- Mac Ewan, A. (29 de 06 de 2010). *El significado de la pobreza : cuestiones de distribución y poder*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16672010000200002
- Marx, C. (29 de 06 de 2016). Obtenido de <https://www.marxists.org/espanol/m-e/1840s/49-trab2.htm>
- Ministerio de desarrollo social . (2014). *Pobreza multidimensional en Chile : una nueva mirada* . Chile: http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/documentos/Pobreza_Multidimensional_Chile_heidi_Berner.pdf.
- Mora, L. G. (2011). ¿ Qué espobreza relativa? *ContraPeso.Info*, 20-28.
- Niemietz, K. (2011). *A new understanding of poverty*. Londres: The insitute of Economic Affairs .
- Observatorio de la política fiscal. (2015). *Observatorio económico*. Obtenido de <http://www.observatoriofiscal.org/seccion-exclusiva/boletin-ojo.html>
- ONU. (1995). *Informe de la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social*. Copenhague.
- PNUD. (1999). *Bienes públicos mundiales. Cooperación internacional en el siglo XXI*. Nueva York: Oxford, University Presss.
- PUCE. (2015). *Peporte de Consistencia macroeconómica*. Guayaquil: PUCE.
- Rodriguez, H. (28 de 06 de 2016). *www.monografias.com*. Obtenido de La pobreza en el mundo: <http://www.monografias.com/trabajos88/la-pobreza-en-el-mundo/>
- Sachs, J. (2007). *El fin de la pobreza* . Barcelona: Barcelona.
- Secretaria de desarrollo social. (2016). *Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social*. México: <http://www.gob.mx/sedesol/documentos/informe-anual-sobre-la-situacion-de-pobreza-y-rezago-social>.
- Sen, A. (1983). Poor, relatively speaking. *Oxford Economics Papers, Nueva serie, vol.35, No. 2*, 153-169.
- Sen, A. (27 de 06 de 2001). *Capacidad y bienestar*. Obtenido de <http://www.eumed.net/>: http://www.eumed.net/cursecon/economistas/textos/Sen-capacidad_y_bienestar.htm
- Sen, A. (2002). *Amarthya Sen y el desarrollo como libertad*. Roma: Universidad Torcuato Di Tella.
- Sen, A. (Diciembre de 2002). Why helth equity. *Health Economica*, 659-666.
- Sen, A. (2016 de 06 de 27). Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/economistas/textos/sen-medida%20de%20la%20pobreza.htm>
- SENPLADES. (2008). *Plan Nacional del Buen Vivir* . Quito.
- SENPLADES. (28 de 06 de 2013). *Atlas de desigualdades*. Obtenido de www.planificacion.gob.ec: <http://www.planificacion.gob.ec/atlas-de-las-desigualdades-socioeconomicas-del-ecuador>
- SENPLADES. (2015). *Indice de Pobreza multidimensional*. Quito.
- SIISE. (20013). Obtenido de http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/POBREZA/ficpob_P05.htm

Sterlitz, R. (1974). Does Economic Growth Improve the Human Lot ? Some Empirical Evidence. pdf.
En e. Paul A. David and Melvin W. Reder, *Nations and Households in Economic Growth: Essays in Honor of Moses Abramovitz*. New York: New York: Academic Press, Inc.

Una deuda que presiona las cuentas públicas. (03 de 07 de 2016). *El Universo*, págs. 8-9.

021. FACTORES QUE INCIDEN EN LOS SUELDOS DE LOS PROFESIONALES DE LAS TICS EN LOJA.

Autores:

Berni Moran Logan

Ingeniero Comercial – Magister en Administración de Empresas con Mención en Negocios Internacionales.

Gestor de Cooperación

Coronel Pérez Veronica Carolina

Economista – Master of Business Administration

Jefe de Área de Investigación

Buñay Cantos Jahaira Paola

Contadora Pública Autorizada – Magister en Contabilidad y Auditoría

Gestora de Titulación

Docentes Universidad de Guayaquil

logan.berni@sky.net.ec; verónica.coronel@hotmail.com; cpa.jbunay@gmail.com

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo estudiar los distintos factores que actualmente determinan los sueldos de los profesionales del área de las TICs en la ciudad de Loja Ecuador. La metodología utilizada fue un estudio del descriptivo y explicativo con un diseño de campo y documental. Los resultados obtenidos al aplicar la encuesta a 114 profesionales de las TICs en la ciudad de Loja, para conocer la opinión que tiene el profesional sobre los sueldos que perciben para luego ser contrastada con la realidad al preguntar sobre sueldos y condiciones de trabajo reales. En cuanto a la remuneración de los profesionales del área de las TICs, el asignado con mayor frecuencia se ubica en los rangos entre 1000 dólares y 1500 dólares con un 37.6% del total de encuestados, seguido por el rango entre salario básico y 1000 dólares con el 30.8%, lo cual se puede considerar como un sueldo cómodo respecto del ingreso promedio y gastos promedios en país. De ello se puede concluir que la remuneración de estos profesionales no sigue ninguna política de contratación generalizada. Finalmente, la propuesta de solución al problema se presenta con miras a solventar las carencias detectadas en la forma de remuneración de los profesionales de las TICs. La propuesta se basa en la elaboración de un manual de remuneraciones dirigida para los empleadores que requiera contratar los servicios de un profesional de las TICs, con una valoración práctica y justa de los cargos y sueldos a ofertar.

Palabras clave: Salario y Sueldo, profesional del área de las Tics, Certificaciones, Empleador.

INTRODUCCION

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (Tics) han transformado muchos aspectos del ser humano, de entre ellos el aspecto laboral, de tal forma que su uso se ha masificado tanto en las empresas públicas como privadas las cuales han adoptado a las Tics como una herramienta indispensable para su gestión. Es así que la importancia del uso de las TICS ha sido identificada en los diversos sectores del país, y como muestra de ello el gobierno ha implementado políticas públicas para mejorar el acceso a las TIC ejecutadas por el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL). La principal iniciativa es el “Plan Estratégico de Investigación, Desarrollo e Innovación para las TIC en el Ecuador para el período 2014-2018”.

Todo ello ha llevado a tener empresas más tecnificadas que demandan la contratación de personal especializado en esta área. De tal forma que actualmente, según cifras del INEC: existen alrededor de 1.2% de la población en edad de trabajar – (personas de 15 años y más) dentro de la rama de la Información y Comunicación a nivel nacional. Sin embargo, aunque su ocupación sea equivalente en cualquiera de las empresas en las que se desempeñe como empleado, no siempre su remuneración salarial es igual. Todo ello podría estar relacionado a diferentes parámetros, que en muchos de los casos ni los profesionales del área los conocen.

Es por ello, que el presente trabajo de investigación permite hacer un análisis de los distintos parámetros que determinan la remuneración económica que percibe el profesional del área de las TICs en el Ecuador, como es el caso de aspectos culturales, comparaciones de actitudes, devaluación de conocimientos, mercados laborales en disminución, etc; y considerando que el sector de las TICS abarcan actividades varias de entre las más destacadas las telecomunicaciones, sistemas informáticos, software, sistemas de información, redes y entre otros.

En el presente apartado se realiza la comparación de los factores que se consideraron preponderantes con respecto del sueldo. Para ello se recuerda que los sueldos percibidos por los profesionales están clasificados en los siguientes Rangos:

1. Salario básico o menos.
2. Entre Salario básico y 1000 USDs.
3. Entre 1000 USDs y 1500 USDs,
4. Entre 1500 USDs y 2000 USDs.
5. Entre 2000 USDs y 3000 USDs.
6. Más de 3000 USDs

En los resultados se puede notar que los sueldos que perciben los profesionales del área de las TICs se encuentran ubicados de manera más representativa en el rango 3, entre 1000USDs y 1500USDs. Según los resultados de la encuesta nacional de ingresos y gastos en hogares urbanos y rurales del periodo 2011-2012 presentados por el INEC el sueldo promedio mensual en Ecuador es de 892.9 dólares mientras que los gastos mensuales ascienden a 809.6. En base a ello, los profesionales cuyo sueldo se encuentra situado en el rango 3 pueden considerarse con buenos ingresos económicos ya que se dispone de un excedente monetario después de gastos.

No obstante, el rango 2 tiene un porcentaje también representativo con un 30.8% de profesionales que perciben sueldo entre el salario básico y 1000 dólares, el porcentaje de profesionales que tienen enmarcado su sueldo en este rango podrían tener un sueldo ajustado a la realidad de nuestro país, ya que su sueldo no permite tener excedente de dinero después de gastos, y en muchos de los casos no satisfacen ni el gasto mismo.

Al consultarle a los encuestados que, de acuerdo a su percepción, cuáles serían los factores que determinan los profesionales que intervienen en el sueldo, la mayoría de profesionales del área de las TICs considera que, a experiencia seguido por la titulación, a continuación, se consideran las certificaciones o especializaciones para finalmente considerar el sexo. Con este antecedente, se procede a describir los resultados al relacionar los posibles factores que determinan el sueldo.

Sueldo por Nivel de cargo

Los niveles de cargo fueron obtenidos de la Clasificación Nacional de Ocupaciones del Registro oficial N° 618, y con base en los resultados de la encuesta, los empleados se distribuyeron dentro de sus rangos de sueldo. En el nivel A que corresponde a Jefatura, se encuentran profesionales que perciben sueldos del Rango 2, 3, 4 y 5, siendo el más preponderante el rango 2 con un 7.07% del total de la población. En el Nivel B, se encuentran profesionales que perciben sueldos de los mismos rangos que el nivel A, pero además existe un pequeño porcentaje del 0.88% de profesionales que perciben más de 3000 dólares mensuales, sin embargo, en este nivel existen mayores porcentajes de trabajadores.

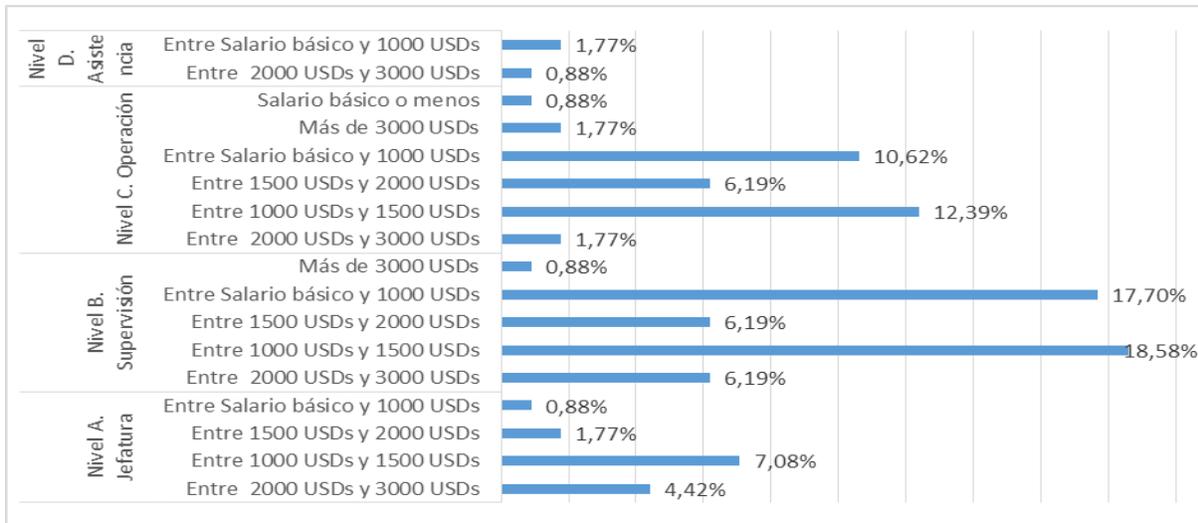


Figura 1 Sueldo versus Nivel de cargo

El rango de sueldos más preponderante para este nivel son 2 y 3 con el 17.7% y 18.58% respectivamente. Ya en el nivel C, existen todos los rangos de sueldos planteados, incluido un bajo porcentaje de profesionales que perciben menos del salario básico. Los rangos más representativos en este nivel son 2 y 3 con el 10.62% y 12.39% respectivamente, los mismos que son los más representativos del grupo, pero son menores con respecto al nivel B. El cargo es otro factor que se consideró pertinente consultar, pero es notable que no existe relación entre el cargo del profesional encuestado y el sueldo que percibe.

Sueldo de acuerdo a la Experiencia Profesional

Sobre los seis rangos de sueldos que se ha graficado los años de experiencia de los profesionales. Se puede notar que existe una cierta tendencia al incremento de nivel con respecto de los años de experiencia de los profesionales de las TICs. No obstante, existen muchos casos en donde existen profesionales con 3, 4 o 5 años de experiencia cuyo sueldo se ubica en el nivel 5 mientras otros profesionales con más de 10 años de experiencia y su sueldo se encuentra en el rango 2 es decir menos de 1000 dólares al mes

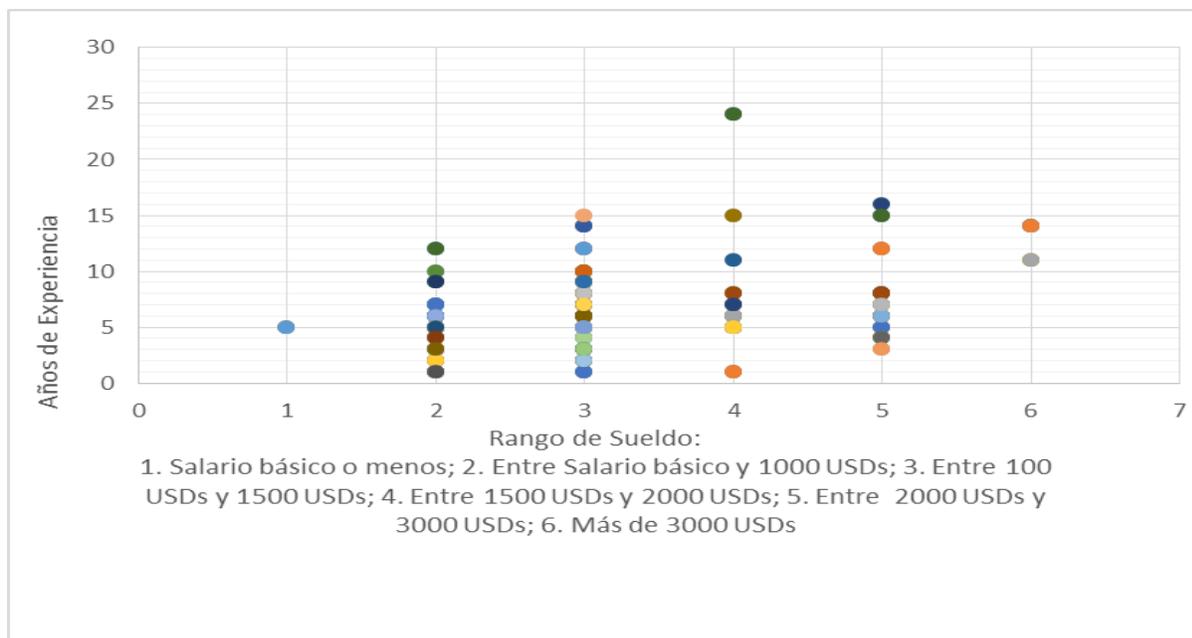


Figura 2 Sueldo versus Experiencia profesional

Cabe señalar que cuando se encuestó a los profesionales en cuanto a su percepción, este factor fue quien encabezó la lista, lo cual resultó acertado.

Sueldo de acuerdo a la Titulación máxima

De los datos obtenidos se puede observar que existe una persona con Diplomado, y dos con título de Licenciado. Todos los demás profesionales poseen título de Ingeniería y Magíster en menor cantidad, y ninguno de ellos posee título de nivel superior, por lo cual los resultados se analizan en torno a las titulaciones de tercer y cuarto nivel. Los titulados como ingenieros perciben sueldos que van desde el rango 1 al 6, con los rangos 2 y 3 como los más preponderantes con el 30.09% y 35.4% respectivamente del total de encuestados. Por otro lado los profesionales con título de cuarto nivel perciben sueldos enmarcados en los rangos del 2 al 5, siendo los rangos más representativos los niveles 4 y 5 con el 3.53 del total de la población; sin embargo se puede evidenciar que existe cierto porcentaje elevado de profesionales que poseen título de tercer nivel y su sueldo se ubica en los rangos 4, 5 e incluso 6 ($10.62 + 9.73 + 2.65 = 23\%$).

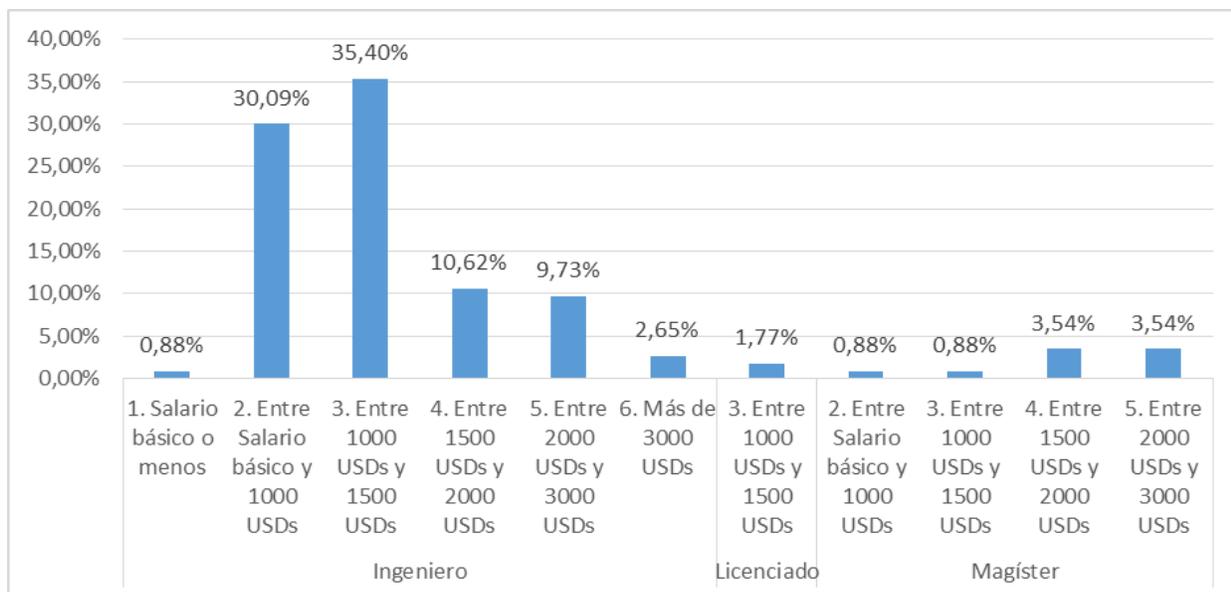


Figura 3 Sueldo versus Titulación máxima

Con respecto a los niveles máximos de titulación, se puede destacar que el nivel académico máximo obtenido por los profesionales del área de las TICs llega en un alto porcentaje al 85.5% para los títulos de tercer nivel, como lo es la ingeniería, mientras que el cuarto nivel corresponde al 8.5% lo que representa el 10 % de los titulados de tercer nivel. Una vez comparada este factor con el sueldo de los profesionales encuestados se puede apreciar que existe una relación muy leve del sueldo con la titulación.

Sueldo respecto de las Certificaciones

En cuanto a certificaciones, se puede notar que los profesionales que poseen una mayor cantidad de certificaciones se encuentran ubicados en el rango de sueldos 2 y 3 en su mayoría, seguidos por el rango 4, 5 y finalmente se encuentran los rangos 6 y 1, lo que una relación inversamente proporcional en cuanto a sueldo vs certificaciones se refiere.

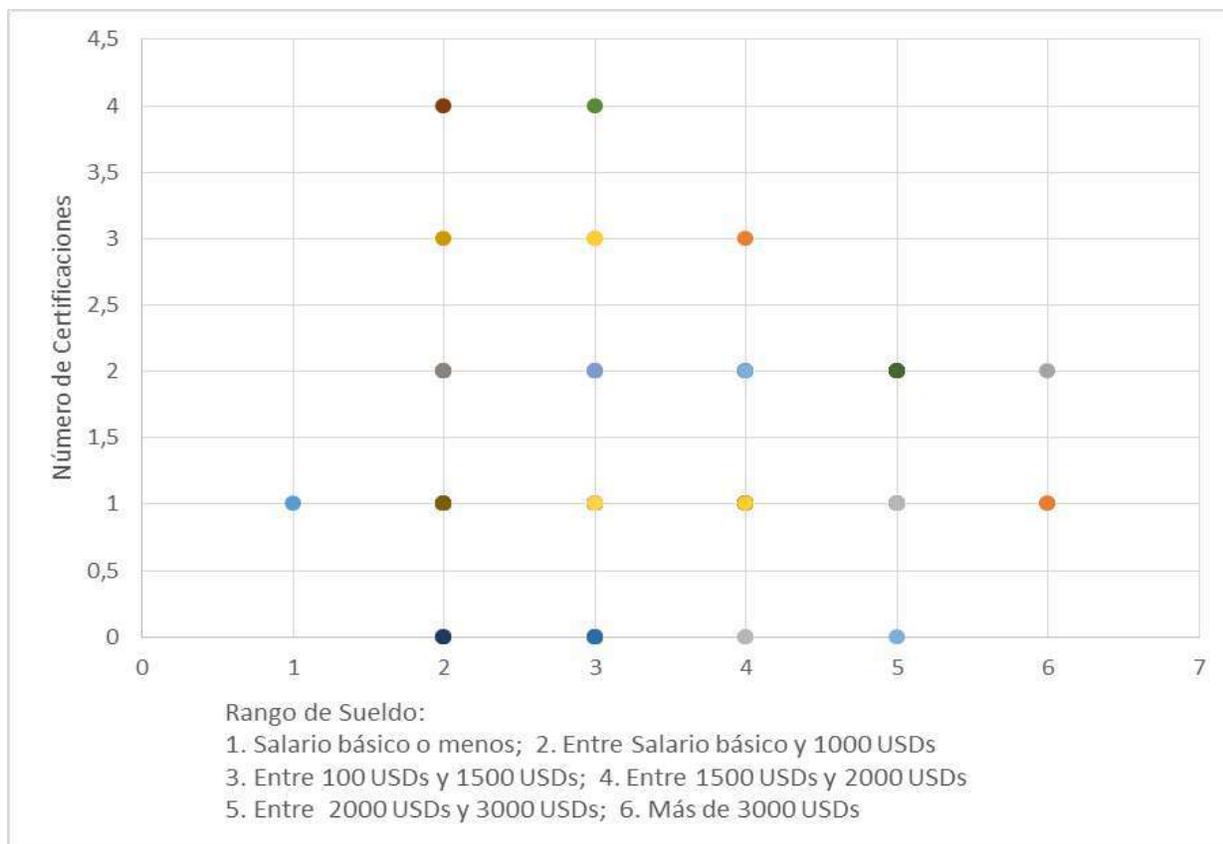


Figura 4 Sueldo versus Número de Certificaciones

Cuando se consultó sobre las certificaciones que poseen los profesionales de las TICs, es notable que existen un alto porcentaje de encuestados que poseen al menos una certificación, dicho porcentaje asciende al 83.2%, por otro lado, al analizar el número de certificaciones de los profesionales con respecto del sueldo que perciben es notable que no hay ventajas de quienes poseen un mayor número de certificaciones, aún de algunos profesionales que no poseen certificaciones. Aunque los profesionales consideran que esto es un factor que define su sueldo se podría pensar que, en la ciudad de Loja, para realizar una contratación estaría implícito la exigencia por parte del empleador de tener especializaciones en ciertas áreas.

Sueldo de acuerdo a la Edad

Para un mejor análisis de resultados se va realiza la presentación de tres aspectos de las edades por cada rango de sueldos: el número de profesionales, la edad promedio, la edad máxima y la edad mínima de los profesionales ubicados de cada rango de sueldos. Se puede notar que, para los rangos de sueldo con una importante cantidad de profesionales, es decir los rangos del 2 al 5 se encuentran edades que van desde los 25 años hasta más de 39 años de edad, con edades promedio, edad mínima, y máxima muy similares entre cada rango.

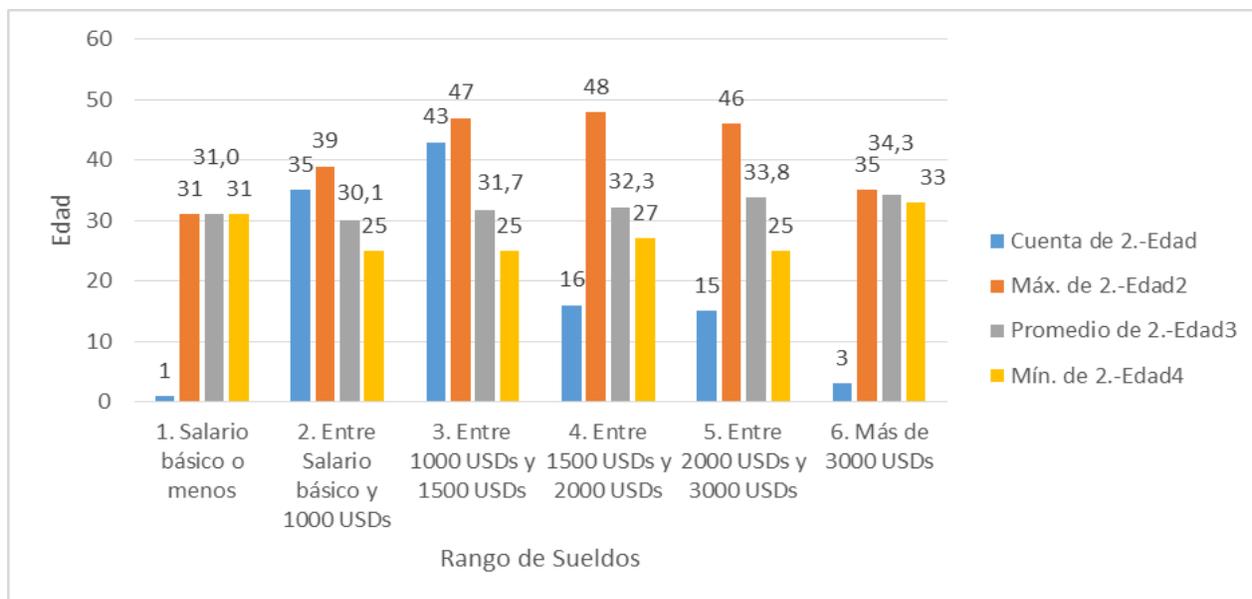


Figura 5 Sueldo versus Edad

Sueldo vs sexo

De los resultados obtenidos se puede prescindir en el análisis, y se trata de los rangos de sueldos 1 y 6 en donde se ubica una ínfima cantidad de encuestados. Además, se realizó la distinción entre mujeres y hombres para facilitar el análisis. Para el rango 2, correspondiente a sueldo desde básico hasta 1000 USDs se ve registrado un porcentaje de mujeres 32.14% superior al porcentaje de hombres 30.59%, en el rango 3 correspondiente a sueldos entre 1000 y 1500 USDs se encuentran un porcentaje de mujeres con el 39.29 % y los hombres con el 37.65%, en el rango de sueldos 4 con sueldos entre 1500 y 2000 USDs el porcentaje de mujeres asciende a 14.29% y hombres en un porcentaje de 14.12%, finalmente en el rango de sueldos 5 correspondiente a sueldos entre 2000 y 3000 dólares se registra un menor porcentaje de mujeres con un 10.71% y hombres en un 14.12%. Se puede notar que los hombres encabezan la lista de los rangos de sueldo más alto que es el rango 5.

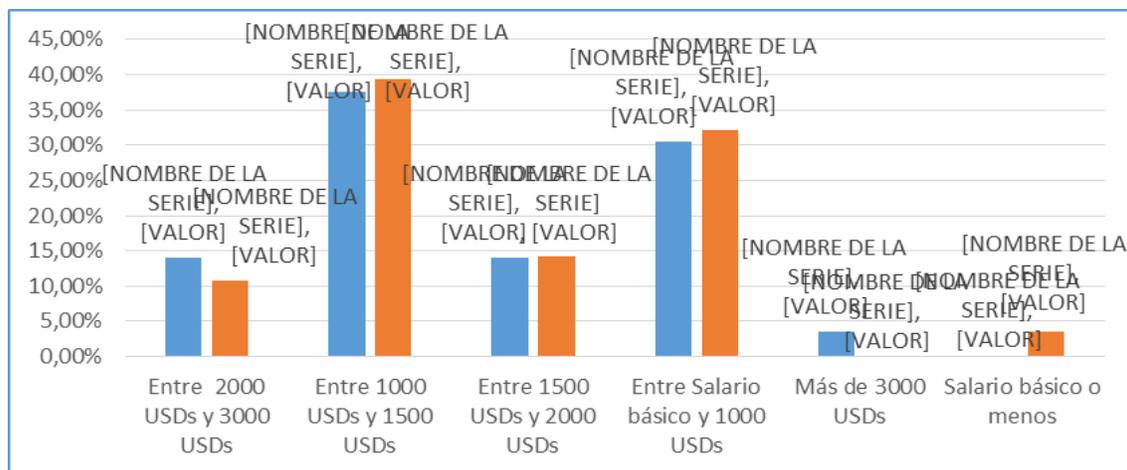


Figura 6 Sueldo versus Sexo

Por otro lado, dados los antecedentes de discriminación de género que ha sufrido el país en décadas anteriores, se realizó la relación del sueldo de los profesionales encuestados con su sexo. Los resultados son alentadores ya que los rangos de sueldos para cada sexo tienen un porcentaje con una mínima diferencia de 1.55%, 0.17 %, 1.64% y la máxima diferencia que sería de 3.41%. Estos resultados coinciden con la percepción de los profesionales encuestados.

Limitaciones:

Existen algunas limitaciones del presente estudio, entre ellas la que se considera más importante fue la obtención de la población a investigar, ya que no existen estadísticas ni estudios previos que indiquen el número de profesionales del área de las TICs que se encuentran laborando en la ciudad de Loja ya que los estudios más parecidos como son los informes sobre empleo y subempleo otorgado por el INEC lo realizan en las ciudades de Quito, Guayaquil, Ambato, Machala y Cuenca.

Otra de las limitaciones que se encontró para el presente estudio, es la situación económica del país ya que el desempleo aumentó en este año por lo tanto muchos de los profesionales no pudieron ser tomados en cuenta ya que no estaban actualmente empleados.

Aspectos relevantes

Dentro de los aspectos más relevantes para la presente investigación se puede señalar que los Factores de remuneración para países como México y Colombia se encuentran directamente relacionados con factores de carácter personal y académico de tal forma que podría predecirse la remuneración de un profesional dadas determinadas características, mientras que en nuestro país, en la ciudad de Loja, no existe esa

relación, lo cual representa un incierto para el profesional de las TICs que busca prestar sus servicios en esta ciudad.

La rotación de personal no es un aspecto marcado en la ciudad de Loja, como se encuentra el Estudio de Sueldos realizado en México ya que las encuestas muestran la un alto porcentaje de contratación indefinida y bajo nombramiento, lo que a su vez se refleja en el alto índice de satisfacción laboral.

Finalmente, la definición clara de las ocupaciones a nivel internacional de cada trabajador de las TICs, permite conocer que la mayor cantidad de sueldos a nivel mundial la perciben los profesionales de los relacionado a La Nube, mientras que en nuestro país aún no se delimitan claramente los cargos de los distintos trabajadores de este sector y poco se puede conocer sobre las ocupaciones más específicas y rentables dentro de esta área.

MATERIALES Y METODOS

El tipo de investigación que se utilizó es descriptivo y exploratorio, con un diseño de campo y documental. Bajo el paradigma cuantitativo. De los métodos teóricos se usó el método deductivo, se pudo sintetizar o resumir la información obtenida en el marco teórico como son la variedad de titulaciones, diferentes ocupaciones, grados de experiencia y demás, para de esta manera definir los parámetros básicos y fundamentales a analizar con el método inductivo. Luego, por medio del método inductivo se ha podido deducir desde lo particular hacia lo general es decir conocer la situación actual de los sueldos de los profesionales del área de las Tics, su experiencia, su puesto de trabajo y demás parámetros para extraer conclusiones de carácter general.

La Hipótesis planteada fue Si se logra determinar los factores que afectan los salarios se podrán mejorar los ingresos de los profesionales de las TICs para el año 2015.

El universo de estudio está constituido por los profesionales del área de telecomunicaciones y sistemas informáticos de la ciudad de Loja que para nuestra investigación será tomado de primera mano, mediante oficio de solicitud a la secretaria general de la UTPL hasta el año 2015 de lo cual se obtiene:

Tabla 1: Graduados hasta el año 2015

Profesión		UTPL	UNL	TOTAL
Ing. Electrónica y Telecomunicaciones		287	54	341
Ing. Sistemas Informáticos		310	463	773

Nota: Autores de la investigación

Para la obtención del número de los profesionales de las Tics de la UNL se utilizó la publicación en la página web de la misma universidad donde se indica cuantos profesionales se graduaron hasta el año 2015, por lo tanto, se obtiene como nuestra población un total de 1114 profesionales del área de las TIC's en Loja. En cuanto a la muestra, los profesionales del área de las TICs serán elegidos de forma aleatoria con la finalidad de que puedan tener la misma probabilidad de ser encuestados.

Para obtener la muestra para ambos sectores se aplica la siguiente fórmula:

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

Donde, n es el tamaño de la muestra, K es el nivel de confianza; 1,962 si se quiere una seguridad del 95%, p es la variabilidad positiva (que para el presente caso es de 5%), q es la variabilidad negativa: 1-p (que para el presente caso es de 1-0.05 = 0.95), N corresponde al tamaño de la población es decir 1114; y E es la precisión o el error (para el presente caso será de 5%). Luego de haber aplicado la formula se obtiene una muestra de 68,56 personas a quienes se deberá aplicar la encuesta.

Operacionalización de variables

Tabla 2: Definición operacional de la variable de la investigación

	VARIABLE	Dimensiones	INDICADORES	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	ITEMs
DEPENDIENTE	Mejorar los ingresos y satisfacción de los profesionales de las Tics.	Sueldo	Sueldo promedio	Encuesta	7
			Satisfacción del trabajador	Encuesta	11
	Satisfacción	Percepción del trabajador		Encuesta	15
				Encuesta	14
					16

				12
				13
				17
			Estabilidad en el cargo	Encuesta 6
				9
			Nivel de cargo	Encuesta 8
INDEPENDIENTE	Determinar los factores que afectan a los salarios.	Desempeño	Experiencia profesional	Encuesta 5
			Aspectos personales	Encuesta 3
			Título profesional	Encuesta 4
		Conocimientos	Certificaciones	Encuesta 10

Fuente: El Autor

Gestión de datos

Los datos para la presente investigación son obtenidos por medio de encuestas en línea, es decir elaboradas por medio de una herramienta web, y publicadas bajo una dirección electrónica. De esta manera se facilita la obtención de datos ya que el profesional participante de la encuesta tiene la disponibilidad del tiempo que requiera, y el lugar donde prefiera para contestar las preguntas planteadas. Además, de esta manera se pueden obtener varias respuestas en simultáneo reduciendo así los tiempos en esta fase de investigación y facilitando la tabulación de datos.

Criterios éticos de la investigación

Con la finalidad de obtener información veraz, se realizaron las encuestas con la opción a ubicar el nombre del participante de la encuesta. De esta manera se puede controlar y anular las respuestas repetidas y los resultados sean lo más exactos posibles. La encuesta publicada en línea pretende dar libertad al participante de contestar con veracidad preguntas sobre aspectos económicos y grados de preparación, temas que podrían generar incomodidad al realizarlo frente a un profesional de la misma rama quien es autor del presente trabajo investigativo. La opción de respuesta en línea garantiza el total consentimiento del encuestado a responder.

CONCLUSIONES

La aplicación de las encuestas permitió conocer los factores más importantes como: experiencia, o tipo y cantidad de certificaciones, que actualmente se encuentran determinando el sueldo de los profesionales del área de las TICs en la ciudad de Loja. De ello se puede concluir que la remuneración de estos profesionales no sigue ninguna política de contratación generalizada.

En cuanto a la remuneración de los profesionales del área de las TICs, el asignado con mayor frecuencia se ubica en los rangos entre 1000 dólares y 1500 dólares con un 37.6% del total de encuestados, seguido por el rango entre salario básico y 1000 dólares con el 30.8%, lo cual se puede considerar como un sueldo cómodo respecto del ingreso promedio y gastos promedios en país, según estadísticas del INEC, no obstante si se considera los profesionales que perciben sueldos en rangos menores se puede notar que la mayor parte de profesionales perciben un sueldo bajo mensualmente

Las remuneraciones varían principalmente de acuerdo a la experiencia, donde se repite muchas veces que un profesional con dos años de experiencia percibe un sueldo que está entre el sueldo básico y 1000 dólares, mientras que una persona que tiene 14 años de experiencia gana entre 2000 dólares y 3000 dólares, o más. En cuanto a los puestos clasificados en niveles organizacionales, no se remunera al profesional en base a las actividades o cargo desempeñado, dado por el desconocimiento propio del empleador acerca de las actividades que deberían desarrollar los profesionales con los distintos títulos académicos que enmarca esta área.

Existe una fuerte mayoría de personas que poseen certificaciones, por lo que se puede concluir que para esta área para obtener un trabajo uno de los factores preponderantes es poseer al menos una certificación técnica.

La titulación no está siendo considerada a la hora de fijar una remuneración para los profesionales de las TICs así como el cargo que desempeña. Aunque en la ciudad de Loja no se tomen en cuenta aspectos tan importantes como la titulación académica del profesional de las TICs, o el cargo que desempeñan para la fijación de un sueldo, existe un alto margen 68.4% de profesionales que señalan tener satisfacción laboral lo cual se encuentra directamente relacionada con el tipo de contratación ya que un alto porcentaje de profesionales 40,2% declaran estar contratados con carácter de indefinido además del 17.9% que se encuentran con nombramiento, es decir la forma de contratación se ve reflejada en la satisfacción del trabajador.

Finalmente, en cuanto a equidad de género en el área investigada, es grato conocer que la discriminación de género, no es un factor determinante en cuanto a la fijación de la remuneración al profesional, ya que los salarios tanto para el sexo femenino con el

masculino posee una diferencia irrisoria lo cual también coincide con la percepción de los encuestados.

REFERENCIAS

- Asesoría Empresarial y Humana, S.C ASEM.H. (2014). *Estudio Nacional de Sueldos y Rotación de Empleo en el Sector de TI*. México D.F.
- Burillo Martínez, V., Dueñas López, J. C., & Parada Gélvex, H. A. (2007). *Competencias profesionales y necesidades formativas en el sector del servicios que hacen uso intensivo de las TIC*. Madrid: AETIC.
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del Talento Humano*. Bogotá: McGraw Hill.
- Chiavenato, I. (2011). *Talento Humano*. Bogotá: McGraw Hill.
- Echevaría, J. (2004). *Manual de valoración de puestos y calificación de méritos*. Barcelona: Grafos Arte sobre papel.
- Fundación Univerisa - Fundación Telefónica. (2013). *Informe de Competencias Profesionales en preuniversitarios y Universitarios de Iberoamérica*. México.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *Clasificación Nacional de Ocupaciones CIUO 08*. Quito.
- King, J., & Magoulas, R. (2014). *2014 Data Science Salary Survey*. California: O'Reilly.
- Lopez Lozano, E. (2005). *Aspectos Contractuales y Fiscales sobre Sueldos y Salarios*. (E. F. ISEF, Ed.) Mexico D.F.: ISEF.
- MinTIC - Fedesoft Colombia. (2012). *Estudio de Salarios y Profesionales del Sector de Software y TI de Colombia*. Bogotá.
- Monge-Gonzalez, R., Alfaro-Azofeifa, C., & Alfaro, J. I. (2005). *TICS EN LAS PYMES DE CENTROAMÉRICA*. Costa Rica: Tecnológica de la Costa.
- NACIONAL, H. (2008). *CODIGO DEL TRABAJO*.
- PARDO CARRERO, G. (s.f.). *EL DERECHO ADUANERO EN EL SIGLO XXI*.
- Reyes Ponce, A. (2004). *ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL SUELDOS Y SALARIOS*. México D.F.: Limusa S.A.
- Servicio de Acreditación Ecuatoriana*. (01 de 03 de 2016). Obtenido de <http://www.acreditacion.gob.ec/que-es-la-acreditacion/>
- Tenezaca, J. (Noviembre de 2013). *Análisis de la Ley Especial de Telecomunicaciones y su incidencia en el área rural Valle de la Virgen de la Provincia del Guayas*. Obtenido de <http://repositorio.maeug.edu.ec/handle/123456789/368>
- Vadilla, S. (2005). *Administración de remuneraciones*. D.F: Limusa.
- Varela, R. A. (2006). *Administración de la compensación. Sueldos, salarios y compensaciones*. En R. A. Varela, *Administración de la compensación. Sueldos, salarios y compensaciones* (págs. 3-4). México: Pearson Education.
- Yániz, C. (2004). *Convergencia europea de las titulaciones universitarias. El proceso*. *Revista de la Red Estatal de Docencia Universitaria*. Vol. 4. Nº 1., 4.

022. LAS RESTRICCIONES ARANCELARIAS Y SUS EFECTOS SOBRE LA IMPORTACIÓN DE NEUMÁTICOS ENTRE EL PERÍODO 2011- 2015 EN EL ECUADOR.

Autores:

Luis Francisco Cárdenas Salinas

Ingeniera de Administración de Empresas énfasis Negocios Internacionales en la Universidad Tecnológica ECOTEC.

Guayaquil, Ecuador.

lcardenas@est.ecotec.edu.ec

Elliott Eduardo Jaime Carriel

ejaime@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador

Docente, Coordinador de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Máster en Dirección de Empresas.

Guayaquil-Ecuador

RESUMEN

Durante los últimos años, la economía ecuatoriana ha atravesado diversos momentos de crisis y unos pocos de relativa estabilidad económica. La implementación de políticas económicas impulsadas por el actual gobierno, surge como respuesta al cambio de la matriz productiva.

La caída en el precio del petróleo y la apreciación del dólar son uno de los motivos por los cuales el gobierno ha tenido que implementar este tipo de medidas con la finalidad de poder nivelar la balanza de pagos. La orientación de las políticas económicas ejecutadas por los gobiernos en su momento, introdujeron políticas proteccionistas (barreras de comercio exterior) relacionadas con la competitividad y productividad de la producción nacional.

En el Ecuador, según cifras obtenidas del Banco Central, las importaciones superan en gran porcentaje a las exportaciones. Es necesario pagar las divisas a los proveedores para que a su vez puedan entregar sus bienes y servicios. No solo se importa bienes de consumo final sino también maquinaria, materia prima y tecnología. Este desbalance ha producido a lo largo de la historia un saldo negativo en la Balanza de Pagos.

El presente artículo fue elaborado en base a la imposición de las nuevas restricciones aplicadas a la importación de neumáticos. Las partidas que se vieron afectadas por estas nuevas medidas son las 4011.20.10.00 (radiales) y 4011.20.90.00 (las demás).

Palabras clave: Políticas Arancelarias, Importaciones, Neumáticos nacionales, Industrias, Arancel.

ABSTRACT

In recent years, the Ecuadorian economy has gone through moments of crisis and a few of relative economic stability. The implementation of economic policies promoted by the current government is a response to the change of the productive matrix.

The drop in oil prices and the appreciation of the dollar is one of the reasons why the government has had to implement such measures with the aim of leveling the balance of payments. The orientation of economic policies implemented by governments at the time, introduced protectionist policies (foreign trade barriers) related to the competitiveness and productivity of domestic production.

In Ecuador, according to figures obtained from the Central Bank, imports exceed exports large percentage. It is necessary to pay the foreign exchange providers to turn to deliver their goods and services. Not only the goods for consumers but also machinery, raw materials and imported technology. This imbalance has occurred throughout history a deficit in the balance of payments.

This article was prepared based on the imposition of new restrictions on the import of tires. Items that were affected by these new measures are the 4011.20.10.00 (radial) and 4011.20.90.00 (other).

Keywords: Tariff Policy, Imports, National Tires, Industries, Tariff.

INTRODUCCIÓN

Los requisitos para los importadores de neumáticos han aumentado significativamente desde el año 2011, pero además este importante sector del comercio ha tenido que soportar la implementación de sobre tasas como método para equilibrar la balanza de pagos.

En el 2011, SENPLADES implementó el Plan Reúsa Llanta cuyo objetivo principal es potencializar la industria del reencauche en el Ecuador. Mediante la creación de políticas públicas se pretende dinamizar este sector, que hasta hace poco era totalmente desconocido. Con el fin de lograr una dinamización del sector, se creó un Decreto Ejecutivo a través del cual se insta al sector público a reencauchar todos los neumáticos de su flota de vehículos a nivel nacional. Con este nuevo programa se busca beneficiar al sector del transporte pesado de pasajeros y comercial, vulcanizadores y empresas reencauchadoras.

Como parte de la política de sustitución de importaciones mediante resolución 009-2014 del 21 de marzo del 2014 publicada en el Registro oficial del COMEX, fue la creación del Registro de Importadores de Neumáticos, en base al índice de cumplimiento de reencauche.

Mediante una nueva resolución, el Comité de Comercio Exterior anunció que se aplicaría a partir del 11 de Marzo del 2015 una sobre tasa (salvaguardia) a una lista de las 2.800 partidas de productos importados gravados que van del 5% al 45%. En el caso de los neumáticos, se determinó que pagará una salvaguardia del 25%. El gobierno manifestó que la medida es temporal, es decir que tendrá una duración de 15 meses, tiempo durante el cual se realizarán evaluaciones periódicas y luego de concluido el plazo se hará un cronograma de desgravación.

A menos de un mes de aplicada esta nueva tasa, el COMEX eliminó las salvaguardias a las llantas para vehículos livianos correspondiente al 25% y para aquellas llantas que se importen acogándose a las resoluciones 62,74 y 88 del COMEX, en las cuales se establecen cupos de importación para diferentes gremios del país.

Entre los que se acogieron a esta nueva disposición constan la Federación Nacional de Cooperativas de Transporte Público de Pasajeros (Fenacotip), la Federación Nacional de Transporte Pesado del Ecuador (Fenatrapi), Federación Nacional de Transporte Urbano y la Cámara Nacional de Transporte Pesado del Ecuador.

REVISIÓN TEÓRICA

Comex:

El Comité de Comercio Exterior (COMEX) es el organismo que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, es un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia. (EXTERIOR, 2010).

Entre las competencias que tiene el COMEX están: Regular, facilitar o restringir la exportación, importación, circulación y tránsito de mercancías no nacionales ni nacionalizadas, en los casos previstos en este Código y en los acuerdos internacionales debidamente ratificados por el Estado ecuatoriano. (EXTERIOR, 2010).

Mientras los aranceles son usados para proteger la industria nacional, los salvaguardias son medidas de excepción de carácter temporal, de acuerdo a la normativa de la Organización Mundial de Comercio. (OMC, 1995)

Mediante la resolución 011-2015 del Comex se resolvió la creación de una sobretasa arancelaria, de carácter temporal y no discriminatorio, con el propósito de regular el nivel general de importaciones, y de esta manera salvaguardar la balanza de pagos, la misma que entro en vigencia el 8 de marzo del 2015. (exterior, Comercio Exterior, 2015)

Ventaja Absoluta:

(Sanjines, Vargas Biesuz, & Herrera Dalence, 2002) Mencionan que Adam Smith fue uno de los primeros economistas en defender la reducción de las barreras arancelarias y las restricciones comerciales. En 1776 presentó las ventajas del librecambio en la riqueza de las naciones al definir su propio concepto de riqueza que no reside en la posesión de dinero, ni en la agricultura, sino en el trabajo individual y en los bienes de consumo producidos por éste. Hay que aumentar e intercambiar los bienes entre las naciones y regiones, con toda libertad, eliminando privilegios y aduanas. La legislación económica es un estorbo, la libertad de producción y de comercio crea la competencia, las relaciones económicas se equilibran por la ley de la oferta y la demanda al fijar un precio justo.

Ventaja Comparativa:

Varios años después, aparece David Ricardo quien logra demostrar que el comercio mutuamente beneficioso es posible aun cuando solo existan ventajas comparativas.

(Berumen, 2006) afirma: "Que poco después Adam Smith dio a conocer su teoría de la ventaja absoluta, David Ricardo (1772-1823) desarrolló nuevas propuestas orientadas a demostrar que todas las naciones pueden beneficiarse con el

comercio, incluso cuando una tuviera menor productividad en todas las ramas de la industria. Smith y Ricardo hicieron hincapié en el análisis por el lado de la oferta y ambos señalan que las bases primigenias del comercio son las diferencias en los costes, debido a ventajas naturales o aprendidas que afectan a la productividad industrial". (p. 66-67)

Política Económica y Comercial:

La Política Económica se la puede definir como la variación deliberada de cierto número de medios para alcanzar determinados objetivos, cuya meta principal va dirigida a la mejora del bienestar de la población. Es fundamental determinar desde la creación de dichas políticas que postura económica se va adoptar como gobierno al momento de implementar dichas medidas. (ROURA, 2005).

Los instrumentos de la Política Comercial:

Las naciones tienen a su disposición una serie de instrumentos para controlar sus relaciones comerciales con el resto del mundo. De manera general, se clasifican en dos grupos:

1. Medidas Arancelarias (MA)
2. Medidas No Arancelarias (MNA)

Las Medidas Arancelarias

Las Medidas o Barreras Arancelarias tienen como finalidad principal: proteger las industrias locales de la competencia extranjera e incrementar la contribución de los ingresos fiscales al país.

Proteccionismo:

En su Teoría general, Keynes defendió una modificación del concepto neoclásico de "equilibrio general".

Sólo habría equilibrio, cuando la oferta y demanda global, se igualaban en la "posición de pleno empleo". Y como este pleno empleo no siempre se alcanzaba de modo automático, defendió que para lograrlo era necesaria la intervención del Estado, a través de la política fiscal y la política monetaria. (orduna diez, 2007)

El proteccionismo se basa en 3 aspectos:

1. Protección de la industria nacional y frente al [*dumping*](#)
2. Seguridad nacional y especialización de la producción
3. Equilibrio de la [*balanza de pagos*](#)

(SPENCER, 1993)

A partir del 2011, los requisitos para las importaciones de neumáticos han sufrido diversas modificaciones.

Barreras no Arancelarias:

El Ministerio del Ambiente y la Semplades en conjunto con el plan Reúsa Llanta, establecieron lineamientos y procesos para poder fomentar la reducción de contaminación, el reciclaje, y la reutilización óptima de los neumáticos que son desechados. Las consecuencias que se generan al lanzar las llantas a los campos y terrenos vacíos se convierten en un foco de infección y el Estado debe incurrir en un gasto representativo para mitigar el daño producido por la contaminación. La finalidad con la que fue creada esta nueva disposición es reducir el impacto ambiental que se produce como consecuencia de un mal manejo de los desechos sólidos. El Ministerio del Ambiente será el ente encargado de vigilar que todos los procesos de reciclaje y reencauche sean realizados bajo normas estrictas que aseguren su calidad. El 21 de marzo del 2014, el Comex resolvió la creación del Registro de Importadores de Neumáticos en base al cumplimiento de un índice de reencauche.

PORCENTAJES DE REENCAUCHE						
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN ARANCELARIA	PORCENTAJE				
		2014	2015	2016	2017	2018
4011.20.10.00	RADIALES	30%	45%	60%	70%	80%
4011.20.90.00	LAS DEMÁS	30%	45%	60%	70%	80%

Fuente: MIPRO

El MIPRO espera que para el año 2018 se pueda cumplir con el reencauche del 80% de los neumáticos que se importen en el Ecuador. En la actualidad, muy pocas personas conocen que para que una llanta pueda ser reencauchada debe cumplir con una serie de condiciones, lo que ha producido que este sector no pueda desarrollarse. La escasez de materia prima es originada en la mayoría de los casos por desconocimiento y un mal uso de las llantas por parte de la población. Generalmente son pocas las personas que realizan un mantenimiento a sus llantas de manera preventiva. La costumbre que se tiene es que los neumáticos deben usarse hasta que se visualicen los alambres y se encuentre el neumático liso, pero lo que ocasiona es que no se puedan reencauchar y lo más importante es que se pone en riesgo la seguridad de los usuarios de los vehículos. Las empresas reencauchadoras legalmente constituidas en el país rechazan un 30% de las carcasas que ingresan a sus plantas por no contar con las condiciones óptimas para someterse al proceso del reencauche. En el período comprendido entre el 2011-2015 en el Ecuador se registran 19 empresas

reencauchadoras, pero solo un 50% se encontraban operativas en su totalidad. De acuerdo a estadísticas presentadas por el gobierno, actualmente el 20% de las llantas que se comercializan en Ecuador son reencauchadas. En comparación con otros países de la región es un porcentaje relativamente bajo. En Brasil, por ejemplo, la cifra de neumáticos reencauchados alcanza un 120%. Un neumático reencauchado tiene la misma vida útil que uno nuevo, 100.000 kilómetros.

Dentro de los problemas más comunes a los que han tenido que enfrentarse estas empresas se encuentran:

- Inconvenientes mecánicos de los carros por falta de alineación, balanceo, suspensión entre otros, generando así que las llantas terminen con un mal acabado en el labrado lo que imposibilita que sea apta para el reencauche.
- Manejo inadecuado de la carcasa debido a la impericia de los conductores
- Carencia de cuidado estructurado de llantas ocasionados por el tránsito en caminos de con vías dañadas.
- Baja calidad de llantas chinas comercializadas en su gran mayoría a bajo costo y de acuerdo a estadísticas obtenidas por la SENA E y el Banco Central son las que más se importan en el país.
- No cambiar las llantas con el kilometraje recomendado y seguir rodándolas hasta que pierdan su labrado original.
- Falta de normativas y sanciones severas que obliguen a los usuarios a cumplir las disposiciones.
- Incumplimiento en leyes de tránsito y falta de control por parte de las instituciones encargadas de velar por que se apliquen las normas vigentes.
- Falta de confianza por parte de los usuarios en el proceso del reencauche, en la mayoría de los casos por desconocimiento y falta de información sobre el tema.

Al ser este un programa nuevo y desconocido por la población, el MIPRO y el Ministerio de Ambiente trabajaron en conjunto para crear y desarrollar las normas INEN 2581 y 2582 que aseguren el proceso y la calidad del reencauche. El gobierno además mediante decreto ejecutivo No. 1327 estipuló que el reencauche sea obligatorio en el sector público, generando de esta manera un ahorro considerable y disminuyendo el impacto ambiental generado por el desecho inadecuado de neumáticos. Se designó a la empresa Intertek como ente verificador de la calidad de las empresas reencauchadoras en Ecuador.

La SENA E otorga a las diferentes federaciones y cooperativas de transporte debidamente constituidas y registradas en el Ecuador cupos anuales de importación. La finalidad principal es que se elimine el pago de arancel en la importación a consumo de llantas clasificadas en la subpartida 4011201000. Esta medida en parte es

implementada para que los costos en los pasajes no tengan incrementos en su precio. El Plan Reusa Llanta es independiente al cupo de importación que se otorga anualmente.

Las diferentes federaciones están dispuestas a participar del plan ya que consideran que representa para su sector un ahorro significativo y además se fomenta la producción nacional generando diversas plazas de trabajo.

Actualmente para que los importadores puedan nacionalizar su carga de neumáticos deben cumplir con las siguientes obligaciones tributarias:

1. Arancel advalorem del 1% sobre la Base Imponible.
2. Arancel específico del 0.83% sobre el peso neto
3. Fodinfra del 0.5% sobre la Base Imponible.
4. Iva del 12% sobre la Base Imponible. Desde el 1 de junio del presente año se aplicará el 14%.

Las salvaguardias que entraron en vigencia en Marzo del 2015 generaron un impacto inmediato en el sector del transporte tanto público como privado. Las diferentes federaciones y cooperativas de transporte anunciaron que, debido a esta nueva medida como método para equilibrar la balanza de pagos, el precio de los pasajes interprovinciales, intercantonales iba a sufrir un alza en su precio. Casi de forma inmediata, el presidente de la república, el Ec. Rafael Correa dispuso que la medida sea derogada.

METODOLOGÍA

Para buscar una solución al problema planteado al inicio del presente caso, el tipo de investigación que se empleará será de tipo cuantitativa y exploratoria y se utilizará el método de encuestas para poder recolectar información referente al tema.

RESULTADOS

Todas las medidas que adopten los gobiernos de turno para poder sobrellevar problemas que se presentan de forma inesperada como lo es la caída de forma drástica en el precio del petróleo y que son de factores externos van a generar siempre una división de opiniones. Habrá sectores comerciales que consideren que sus intereses se ponen en peligro y que el margen de utilidad se vuelve menos atractivo.

Si el gobierno actual decidió implementar el plan Reusa Llanta con la finalidad de mitigar aparentemente el impacto ambiental producido por el escaso cuidado que se le

da al momento de desechar los neumáticos, debería de acuerdo a los resultados obtenidos por la encuesta, invertir más recursos en la difusión de este tipo de programas. El 48% de la muestra manifestó que las ventas dentro de su empresa disminuyeron significativamente. Esta tendencia en la caída de las ventas se la puede entender claramente. Si las llantas importadas son grabadas con más impuestos, es evidente que el importador va a trasladar esos costos al consumidor final. Lastimosamente, gran parte de la población considera aun que son pocos los productos nacionales que son de calidad. Varios de los productos que se fabrican en el país tienen en la mayoría de las ocasiones un costo elevado.

El 83% de la población prefiere comprar neumáticos importados por el tema de la calidad. El 71% de los importadores consultados considera que las actuales políticas representan un peligro para su sector. El 57% ha pensado en la posibilidad de en algún momento poder cambiarse de línea de negocio. Uno de los principales motivos es la incertidumbre, ya que en cualquier momento se graba con algún nuevo impuesto y la importación de neumáticos se volvería a ver nuevamente afectada.

PROPUESTA

Una vez sistematizado los fundamentos teóricos, para que las medidas implementadas por el gobierno actual sean eficaces y puedan alcanzar el fin deseado, se debe complementarlas con otras medidas como, por ejemplo:

- Un mayor control fronterizo para evitar el ingreso de neumáticos contrabandeados. Actualmente muchos usuarios viajan hasta Ipiales o Huaquillas para cambiar las 4 llantas de sus vehículos, y se ahorran un promedio de \$120, comparado con los precios que actualmente se comercializan las llantas en Ecuador. Distribuidores que se encuentran localizados en la provincia del Carchi e Imbabura han tenido que realizar reducción en su personal, ya que el volumen de sus ventas ha disminuido considerablemente.
- El gobierno debería incentivar la producción nacional de neumáticos y por consiguiente la generación de empleo. Dotar de tecnología de punta e infraestructura adecuada que permita la producción de llantas que sean de calidad y a un precio atractivo que le permita competir frente a un neumático importado.
- Destinar parte del presupuesto del Estado a la capacitación y desarrollo tanto de empresas como del personal que interviene en la fabricación de neumáticos. Si se adquiere maquinaria de punta, pero la población no cuenta con la información necesaria acerca de los beneficios y especificaciones técnicas que ofrece la dotación de tecnología será muy difícil que se pueda alcanzar el éxito deseado.

- Invertir más recursos económicos en la difusión del Plan Reusa llantas desarrollado por la Semplades. Muchos de los ecuatorianos desconocen acerca de este plan y de los múltiples beneficios que se obtienen al reencauchar los neumáticos.
- Por último, se debería revisar la aplicación de las medidas arancelarias y no arancelarias en la importación de ciertos productos, incluidas materias primas que afecten a la producción nacional. Si por un lado se intenta que la producción nacional aumente considerablemente, hasta el punto de poder equilibrar el déficit de la balanza de pagos, no se puede grabar con más impuestos a las materias primas que no se produce en el país y que debe obligatoriamente deben ser importadas, a la larga termina encareciendo el producto.
- Crear incentivos económicos tales como exoneración de Impuesto a la Renta o exoneración de IVA para aquellos empresarios que mediante el apoyo de capital privado y público generen nuevas fuentes de trabajo en el sector del reencauche.

CONCLUSIONES

De los resultados obtenidos acerca del presente caso de investigación y a través la información obtenida más relevante fue la siguiente:

- El compartimiento de las ventas para los importadores de neumáticos frente a las nuevas restricciones aplicadas entre el 2011- 2015, incluidas las salvaguardias, que aunque esta última fue retirada al mes de su publicación en el registro oficial, el 86% de los encuestados afirmaron que disminuyeron, de modo que para aquellos pequeños distribuidores que no tienen el suficiente capital como las grandes empresas para mitigar el impacto sufran en mayor proporción, lo que provoca en mucho de los casos, recorte de personal, disminución en las comisiones de venta, reducción de las utilidades, eliminación de incentivos y bonificaciones al personal.
- Si el gobierno implementa políticas arancelarias y hace que el producto importado aumente su precio, el empresario lo que hace es trasladarle ese nuevo costo al consumidor final. Evidentemente su volumen de ventas disminuirá.
- Es difícil poder afirmar quien fue el ganador con la implementación de estas nuevas políticas arancelarias, muchos indican y señalan al gobierno como el beneficiario, pero la balanza de pagos continua aun con saldo negativo.
- Aquellas empresas reencauchadoras legalmente establecidas en el país, continúan a la espera de poder recibir más apoyo e incentivos por parte del

gobierno nacional. Es un sector muy importante, que si se logra potencializar al máximo su capacidad operativa se podrían alcanzar las metas deseadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andina, P. A. (1 de Agosto de 2007). *Comunidad Andina*. Obtenido de <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=137&tipo=TE&title=politica-arancelaria>
- Bajo, O. (1991). *Teorías del Comercio Internacional*. Barcelona: Antonie Bosch.
- BERUMEN. (2009).
- Berumen, S. (2006). *Intrucción a la Economía Internacional*. Madrid: Esic Editorial.
- BRUZZONE. (s.f de s.f de s.f). *PONTIFICA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR*. Obtenido de ECONOMIA Y FINANZAS INTERNACIONALES: <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/60-ventaja-absoluta-y-ventaja-comparativa>
- EXTERIOR, M. D. (21 de diciembre de 2010). *comercioexterior.gob.ec*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/comex/#>
- Exterior, M. d. (2 de AGOSTO de 2011). *Comercio Exterior*. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/2011-resolucionescomex/>
- exterior, M. d. (21 de marzo de 2014). *Comercio Exterior*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/resoluciones-2014/>
- exterior, M. d. (6 de marzo de 2015). *Comercio Exterior*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/boletin-de-prensa-salvanguardia-por-balanza-de-pagos/>
- gaytan, r. t. (2015). *teoría del comercio internacional*. mexico: editores siglo 21.
- Gonzalez, V. (15 de mayo de 2012). *www.puce.edu.ec*. Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/9-medidas-arancelarias-en-el-ecuador>
- KRUGMAN, P. R., & OBSTFELD, M. (2006). *ECONOMÍA INTERNACIONAL*. MADRID: PEARSON EDUCACION S.A. .
- OMC. (1 de ENERO de 1995). *ORGANIZACION MUNDIAL DEL COMERCIO*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/safeg_s/safeg_info_s.htm
- orduna diez, L. (2007). Las ideas de Keynes para el orden económico mundial. . *revista de economía mundial*, 195-223.

Ótalora, C. (2009). *Economía Fiscal*. La Paz: Plural editores.

ROURA, J. R. (2005). *POLITICA ECONOMICA 3RA. EDICION*. ESPAÑA: INTERAMERICANA DE ESPAÑA.

Sanjines, F. M., Vargas Biesuz, B., & Herrera Dalence, Z. (2002). *Ventajas comparativas y competitivas del comercio Orureño*. La Paz, Bolivia: Fundacion Pieb.

Sharan, v. (2012). *internacional financial managment*. new delphi: fourteenth printing.

SPENCER, M. H. (1993). *ECONOMIA CONTEMPORANEA*. BARCELONA: EDITORIAL REVERTE S.A. .

023. LA DESCENTRALIZACIÓN, EL DESARROLLO LOCAL Y TERRITORIAL EN SAMBORONDÓN.

Autores:

Econ. María Fernanda Álava Vera, Mgs.

Economista, Magister en Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior, Docente Titular – Investigadora del Instituto de Investigaciones Económicas y Políticas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Guayaquil. Mail: maria.alavav@ug.edu.ec

Econ. Jenny Tatiana Poaquiza Cornejo, MSc.

Economista, Magister en Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior, Docente Titular – Investigadora del Instituto de Investigaciones Económicas y Políticas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Guayaquil. Mail: tatiana.poaquizac@ug.edu.ec

Econ. Nory Alejandra Viña Palomino, Mgs.

Economista, Magister en Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior, Docente Titular de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Guayaquil. Mail: nory.vinap@ug.edu.ec

Resumen

El desarrollo económico es un concepto que refleja la mejora de la calidad de vida de la población de un país, se nutre del desarrollo local y territorial, por ello el presente estudio analiza esta relación. Se inicia con una profunda revisión bibliográfica de los términos asociados con la finalidad de comprender la construcción de los procesos afines al mismo.

Dentro de los antecedentes se pretende realizar una primera aproximación con respecto a la evolución del proceso de descentralización en el Ecuador, para lo cual se examina el marco legal vigente concerniente con el tema.

Luego se plantea la necesidad de verificar de forma empírica el comportamiento de las asignaciones que reciben los gobiernos autónomos antes y después de la implementación del modelo de descentralización, específicamente en la Zona 8, Cantón Samborondón, mediante el estudio del sector agrícola, que es el mayor generador de producción. Proceso que se llevará a cabo mediante una investigación de tipo descriptiva – explicativa, usando las técnicas de grupos focales, entrevistas y encuestas.

Dado que el bienestar de la sociedad es el resultado de promover el desarrollo

económico local y territorial fortaleciendo las dimensiones sociales, culturales, productivas, a través de la participación activa de la ciudadanía.

Palabras clave: Desarrollo económico local, desarrollo económico territorial, descentralización, gobiernos autónomos descentralizados.

I. Introducción

De acuerdo a las políticas económicas implementadas en los países de la región y los cambios que se generan por el grado de desarrollo de las naciones, es fundamental describir el rol que tiene la descentralización en el marco del desarrollo económico local y territorial; en América Latina, las manifestaciones que se exponen de evidencia son en el campo administrativo, fiscal y político.

El proceso de la descentralización en Ecuador se manifiesta como una necesidad, por la búsqueda del desarrollo local y territorial, con la creación del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), se transfiere poder y autonomía política, administrativa y financiera desde el gobierno central a los gobiernos autónomos descentralizados.

Bajo este modelo se pretende promover el desarrollo equitativo en el territorio, aprovechando las potencialidades de los gobiernos autónomos descentralizados, los de regiones, provincias, cantones o distritos metropolitanos y los de las parroquias rurales, que pueden ser de carácter productivo, social, turístico, económico, ambiental, entre otras.

De acuerdo al programa de investigación “Estrategia de desarrollo local para elevar los niveles de productividad de los pequeños y medianos cultivadores de arroz, en el cantón Samborondón” se está realizando la primera fase, que corresponde al marco teórico que servirá de soporte para realizar el levantamiento de información del sector agrícola especialmente a los productores de arroz del cantón Samborondón, la línea base engloba aspectos de carácter social, económico, tecnológico y productivo, será desarrollada en la siguiente fase, por ello es importante conocer como a través de la descentralización se busca el desarrollo local y territorial de este cantón.

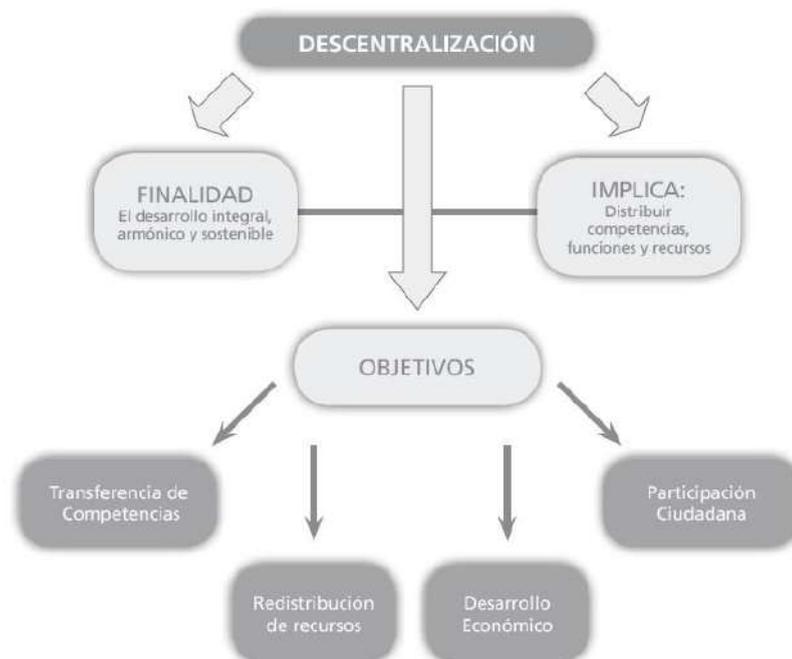
Es así, que bajo este marco institucional se pretende conocer el desarrollo local y territorial que se desenvuelven en el cantón Samborondón a partir de la descentralización.

Finalmente, la metodología que usará es de carácter descriptiva y explicativa para la primera fase del marco teórico y la participación activa para la elaboración de la línea base.

II. Desarrollo

La descentralización, el desarrollo local y territorial en Samborondón

“La descentralización se refiere al proceso de provisión de bienes públicos. Tal como Paul Samuelson demostrara en 1954 en su artículo *The pure theory of public expenditures*, el problema básico de ineficiencia en la provisión pública es que los resultados de un proceso votación no corresponden a las preferencias de ningún ciudadano sino, en el mejor de los casos, es resultado de la suma de tales preferencias. A ello podría añadirse –como estudió después la escuela *Public Choice*– que tanto los representantes que adoptan las decisiones como los funcionarios administrativos tienen sus propias preferencias, el predominio de la mayoría en las decisiones políticas –según lo advirtiera Tocqueville (1835)– y el permanente riesgo de corrupción, tanto de los ciudadanos (evasión de impuestos) como de políticos y administrativos”. (Finot, 2007). Esto podría significar el origen de la teoría de la descentralización ya que en un Estado centralizado, los gobernantes que son elegidos democráticamente tomarán decisiones generalizadas, excluyendo muchas veces del beneficio que conllevan dichas decisiones a ciertos sectores económicos que se encuentran marginados a nivel territorial. A esto se suman los desafíos para la administración pública como la distribución y canalización de los recursos debido a problemas de corrupción y la dificultad en el control de la administración de los recursos.



Aspectos claves en la gestión pública descentralizada El ABC de la descentralización
Fuente y elaboración: Proyecto USAID/Perú ProDescentralización

Por descentralización se entiende “el proceso mediante el cual se transfiere poder

político, desde el gobierno central, a instancias del Estado cercanas a la población, dotadas de independencia administrativa y legitimidad política propia” (Organización de Estados Iberoamericanos). Descentralizar significa entonces, derivar las funciones políticas y económicas que tiene el gobierno central a otras formas de gobierno independientes que se encuentran contiguas a cada uno de los sectores o zonas, territoriales o económicas, de un país. “Este proceso tiene como finalidad el desarrollo integral, armónico y sostenible del país en beneficio de la población” (Proyecto USAID/Perú ProDescentralización, 2011).

“La descentralización implica una readecuación de las relaciones entre Estado y la sociedad civil que se expresa en la transferencia de competencias, de un orden central a otro de carácter provincial o cantonal (...) Este traslado conduce, correlativamente, a un cambio de interlocución de la parte correspondiente de la sociedad nacional-central a lo local y a una descentralización de un segmento de la sociedad. Y esto porque la sociedad tiende a reproducir en sus instituciones el carácter centralista del Estado.” (Mena, 1999)

“Un Estado descentralizado es un tipo de Estado que ha distribuido territorialmente su poder en niveles de gobierno y cada nivel de gobierno cuenta con autonomía política, económica y administrativa para el ejercicio de sus competencias y funciones” (Proyecto USAID/Perú ProDescentralización, 2011). En lo que se refiere a la autonomía política: los agentes políticos de cada gobierno descentralizado son elegidos democráticamente por el pueblo en un proceso electoral independiente que se lleva a cabo para elegir los representantes en el Gobierno Central o en el Congreso o Asamblea. Respecto a la autonomía económica: la administración de ingresos, gastos y financiamiento es independiente en cada gobierno descentralizado; además, el gobierno central también le otorga recursos, dependiendo, generalmente, del tamaño territorial que acarrea el gobierno descentralizado. Por último, la autonomía administrativa se refiere a la autosuficiencia en la gestión de cada uno de estos gobiernos descentralizados.

“Para que los tres niveles de gobierno puedan alcanzar un adecuado cumplimiento de sus competencias y funciones, así como la oportuna provisión de bienes y servicios, se requiere que el territorio del Estado se encuentre ordenado y organizado en forma racional” (Proyecto USAID/Perú ProDescentralización, 2011). Una correcta distribución territorial del Estado permite una descentralización más eficiente.

“La definición de descentralización supone la existencia de gobiernos locales independientes, aunque éstos no son nunca completamente independientes, ya que siempre tienen una relación de subordinación con algún nivel superior de gobierno” (Casalet, 2000). La independencia de los gobiernos descentralizados tiene una excepción en el sentido de que están sujetos bajo las leyes emitidas por la función judicial y dependen de recursos devengados de la función ejecutiva.

“Descentralizar implica aumentar el poder, la autonomía de decisión y de control de los recursos, las responsabilidades y las competencias de las colectividades locales, en detrimento de los órganos del Estado central (E. Preteceille, 1987: 38). Básicamente, una descentralización implica una reforma de carácter político-administrativo, por la que se pretende lograr una redistribución territorial del poder, que permita poner fin al centralismo decisorio,

al que se responsabiliza por un conjunto de males que aquejan a las comunidades locales” (Mattos, 1990) El mal que ocasiona el centralismo sobre las comunidades locales es la discriminación y despreocupación que sufren estas pequeñas unidades territoriales en el momento en que el gobierno central aplica una determinada política.

Por eso el proceso de descentralización exige relaciones entre la sociedad civil y el Estado más participativas, porque se trata de comprometer el accionar directo de las personas que integran o forman parte de los gobiernos autónomos descentralizados en el progreso y por ende en el desarrollo local de un territorio.

Desarrollo Local y Territorial

“Desarrollo local significa un proceso de crecimiento económico y de cambio estructural que conduce a una mejora en el nivel de vida de la población local, en la que se pueden identificar tres dimensiones: una económica, en la que los empresarios locales usan su capacidad para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados; otra, sociocultural, en que los valores y las instituciones sirven de base al proceso de desarrollo; y, finalmente, una dimensión político-administrativa en que las políticas territoriales permiten crear un entorno económico local favorable, protegerlo de interferencias externas e impulsar el desarrollo local” (Vázquez-Barquero, 1988). Como se indica para alcanzar el desarrollo se requieren cambios estructurales que se van a ver materializados en el largo plazo, cuando se mejoren las condiciones de vida de la población, en especial en los territorios donde se aplicaron las nuevas formas de producción, agregando valor al permitir desarrollar las potencialidades que tienen los agentes económicos que participan en los

gobiernos autónomos descentralizados.

“A veces por desarrollo local se entiende el desarrollo de un ámbito territorial reducido, como puede ser el desarrollo de un municipio o de una localidad. Otras veces se utiliza para resaltar el tipo de desarrollo endógeno que es resultado del aprovechamiento de los recursos locales de un determinado territorio” (Alburquerque, 2003). El concepto de desarrollo local no sólo se limita a lo territorial, el concepto va más allá, representa el proceso de transformación de la estructura de pequeñas unidades productivas con fuertes bases en la identidad, solidaridad y trabajo.

“Se puede definir el desarrollo económico local como un proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o una región. Cuando la comunidad local es capaz de liderar el proceso de cambio estructural, la forma de desarrollo se puede convenir en denominarla desarrollo local endógeno” (Vázquez Barquero, 2000). Uno de los factores importantes que inciden en el desarrollo económico local es la utilización potencial de los recursos que posee dicha localidad; en otras palabras, aprovechar al máximo la mano de obra, los recursos naturales y los medios de producción que destaquen en la localidad.

“Se trata de procesos de desarrollo económico, que se caracterizan por la organización sistémica de las unidades de producción, que favorece la competitividad de las empresas locales en los mercados nacionales e internacionales. La organización del sistema productivo local formando redes de empresas propicia la generación de economías de escala y la reducción de los costes de transacción y, por lo tanto, rendimientos crecientes y crecimiento económico” (Vázquez Barquero, 2000). Otro factor que permite alcanzar el desarrollo económico local es la organización de todas las empresas dentro de la localidad, las cuales deben trabajar siempre vinculadas, puesto que esto permitirá que los servicios o bienes que se intercambien y que sirvan para la elaboración de sus productos tengan un coste muy bajo, lo que impactará de forma positiva en la utilidad de todas las empresas.

Desarrollo territorial es un concepto asociado a la idea de contenedor y no a la idea de contenido. Territorio es todo recorte de la superficie terrestre, pero no cualquier territorio interesa desde el punto de vista del desarrollo. (...) Así es que la expresión “desarrollo territorial” se refiere a la escala geográfica de un proceso y no a su sustancia (Boisier, 2001). El concepto de desarrollo territorial hace énfasis en los factores productivos de una zona específica sin considerar su extensión y la posibilidad de la misma en la generación de altos niveles de riqueza.

“Desarrollo local no es únicamente desarrollo municipal. El sistema productivo local incluye el conjunto de relaciones y eslabonamientos productivos que explican la eficiencia productiva y competitividad del mismo, razón por la cual no está delimitado por las fronteras político-administrativas de un municipio o provincia, sino que posee su propia delimitación socioeconómica, según las vinculaciones productivas y de empleo, lo cual puede incluir, a veces, partes del territorio de diferentes municipios o de distintas provincias, existiendo también situaciones de carácter transfronterizo” (Albuquerque, Dini, & Pérez, 2008). El desarrollo local está dirigido a la satisfacción continua de las necesidades de la población de la localidad, ésta a su vez, es generada por mayores niveles de ingresos a través del aumento del empleo. Además de una transformación productiva, el desarrollo local trae consigo una transformación institucional y una mejora en la calidad de vida.

Descentralización y desarrollo económico local y territorial

Democratización de las decisiones públicas y concertación: Se trata de fortalecer el proceso de descentralización a través de la participación de la ciudadanía en la planificación de su desarrollo (plan de desarrollo concertado y presupuesto participativo), y en la vigilancia de sus autoridades, mediante prácticas de transparencia y mecanismos de rendición de cuentas. (Proyecto USAID/Perú ProDescentralización, 2011)

¿Por qué es importante que los gobiernos descentralizados promuevan el desarrollo económico regional y local? La promoción del desarrollo económico regional y local es importante ya que tiene como propósito dinamizar los recursos del territorio, tomando en consideración los aspectos socio - culturales propios del ámbito regional o local. (Proyecto USAID/Perú ProDescentralización, 2011)

La importancia de la descentralización radica en el aprovechamiento de los recursos de una forma más directa por parte de los gobiernos autónomos descentralizados, para promover e incentivar el desarrollo local y territorial que ayudará en el crecimiento económico y desarrollo del país, se va desde lo micro hacia lo macro, es así que se aprovechan las potencialidades de los territorios.

“La forma de organización del Estado (federal, regional o centralizado), y, sobre todo, la eficacia de los procesos de descentralización administrativa y política, contribuyen de forma significativa al surgimiento y expansión de las iniciativas locales. En los Estados Federales y en los regionales, la realidad institucional refuerza las potencialidades de desarrollo difuso existentes en el territorio. Cuando la Constitución reconoce y potencia los objetivos de los ayuntamientos y de las regiones (estados federales), el desarrollo económico no tiene por qué verse necesariamente en términos de los intereses generales del

Estado, sino que, por el contrario, el desarrollo local endógeno aparece cuando menos como una estrategia posible.

Además, los gobiernos regionales y locales se convierten en el agente idóneo para realizar la política de desarrollo regional. La Constitución les asigna importantes competencias en las materias económicas, territoriales y de prestaciones de servicios y, por tanto les confiere un protagonismo relevante en el diseño de la política de desarrollo local y regional. Si a ello se añade el hecho de que los gobiernos locales y regionales tienen mayor capacidad para recoger los impulsos de abajo—arriba que permiten definir los proyectos de desarrollo e industrialización endógena e instrumentar las acciones de apoyo, es evidente que los gobiernos regionales y locales se convierten en los agentes más adecuados para llevar adelante las estrategias de desarrollo local (...). De esta manera, se sientan las bases para la definición y puesta en marcha de la estrategia de desarrollo local endógeno, ya que los gobiernos locales están capacitados, en principio, para favorecer e impulsar el desarrollo del potencial endógeno” (Vázquez Barquero, Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual, 2000)

Así, la descentralización se la puede clasificar desde el punto de vista de la localidad como: regional, territorial y local, mientras que por el lado operativo puede ser político, administrativo, financiero, tributario, etc. De ahí la necesidad que sea de manera progresiva y de largo plazo para ir creando los procesos adecuados en asignaciones y generación de recursos que se necesitan, para lograr los objetivos planteados con la finalidad de aprovechar las potencialidades de cada zona de desarrollo.

La descentralización es estratégica para el desenvolvimiento idóneo de las esferas micro que coadyuvarán a la integralidad de todos los agentes económicos participantes en los procesos de desarrollo, que se reflejarán en el cumplimiento de los objetivos de avances en los ámbitos sociales, económicos, productivos, tecnológicos, ambientales, entre otros. La participación activa y comprometida con el desarrollo local y nacional son los principales motivantes para la articulación entre los sectores públicos y privados.

La demarcación y organización territorial se refiere a la necesidad de ordenar el territorio del Estado, de manera racional, a través de la conformación de bloques políticos y económicos que hagan contrapeso a la fuerza de la capital. El objetivo es promover la integración de los departamentos en regiones para superar sus actuales limitaciones, así como determinar bien los límites para erradicar los repetidos conflictos que se presentan al respecto. Esto favorece que las provincias y distritos se vinculen con los espacios regionales. (Proyecto USAID/Perú ProDescentralización, 2011)

Mientras que la descentralización económica se orienta a favorecer el desarrollo económico en los distintos territorios, lo cual requiere que el Estado – y en especial los gobiernos regionales- establezcan condiciones favorables para la iniciativa privada y que los empresarios apuesten a dar valor a las potencialidades de los distintos departamentos y localidades. (Proyecto USAID/Perú ProDescentralización, 2011)

Para poder alcanzar las metas que los agentes locales se han marcado no es suficiente con haber concebido una estrategia afortunada y haber iniciado las acciones más adecuadas. Es necesario, además, gestionar la estrategia y las iniciativas y utilizar, eficientemente, los recursos humanos y financieros disponibles. Para ello las unidades de gestión de las administraciones públicas no son siempre las más adecuadas, ya que carecen de las competencias suficientes en materia de desarrollo local, les falta la flexibilidad funcional y financiera necesaria, y están demasiado burocratizadas. Las estrategias de desarrollo local ganan en efectividad si se instrumentan a través de oficinas con autonomía operativa y flexibilidad en la gestión. (Albuquerque, La importancia del enfoque del desarrollo económico local, 2001)

El sector privado es uno de los agentes que cobra importancia en esta dinámica ya que su efectividad se muestra a través de las actividades y proyectos que le puedan ser transferidos por los gobiernos autónomos descentralizados, que en este sistema se encuentran empoderados de las necesidades y requerimientos de la población. Las asociaciones públicas - privadas son las llamadas a desarrollar los territorios descentralizados a través de las inversiones en los sectores estratégicos, haciendo uso de los incentivos que están dados en las legislaciones. Según “El impulso de la cooperación público-privada y la concertación estratégica de actores socioeconómicos territoriales para diseñar las estrategias locales de desarrollo, han supuesto la aplicación de una gestión compartida del desarrollo económico que no se basa solamente en directrices emanadas del sector público o simplemente guiadas por el libre mercado” (Albuquerque, Desarrollo económico local y descentralización en América Latina, 2004)

En Ecuador

A nivel Constitucional, la Carta Magna de 1979 hacía referencia en su art. 118 a una “descentralización administrativa”, bajo los siguientes términos: El Estado propende al desarrollo armónico de todo su territorio mediante el estímulo de las áreas deprimidas, la distribución de recursos y servicios, la descentralización administrativa y la desconcentración nacional, de acuerdo con las circunscripciones territoriales.

No fue sino hasta la Constitución Política de 1998 donde el concepto de descentralización toma un mayor impulso dentro del esquema político seccional. Es así que se habla del concepto de descentralización sin limitarlo al ámbito administrativo y también se hace referencia al traslado de competencias como parte de una nueva estructura de descentralización. Al respecto, el art. 226 de dicha Constitución señalaba que: Las competencias del gobierno central podrán descentralizarse, excepto la defensa y la seguridad nacional, la dirección de la política exterior y las relaciones internacionales, la política económica y tributaria del Estado, la gestión de endeudamiento externo y aquellas que la Constitución y convenios internacionales expresamente excluyan. La descentralización será obligatoria cuando una entidad seccional la solicite y tenga capacidad operativa para asumirla.

La actual Constitución de la República (2008) marca un nuevo hito en la trayectoria de la descentralización en el país, no sólo por lo enunciado en el primer artículo de la Carta Magna, sino también porque establece de manera directa, sin ambigüedades, un esquema viable sobre el régimen de competencias a los gobiernos seccionales en sus distintos niveles. Bajo este nuevo esquema, la Constitución ubica a la descentralización como un deber primordial del Estado, según se establece en el art. 3, numeral 6: “Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización”.

De igual forma, dentro del ámbito de competencias, establece el concepto de competencias exclusivas sobre cada nivel de gobierno, las cuales adquieren el carácter de obligatorio y progresivo e instituye el concepto de competencias concurrentes, adicionales y residuales. Finalmente, se cambia el ambiguo término “autonomía plena” por una autonomía administrativa, política y financiera. (Batalla Gómez, 2013)

De conformidad con lo previsto en el art. 1 de la Constitución de la República, el Ecuador es un Estado que se “organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada”. En la actualidad, hablar de descentralización en el Ecuador es, sin duda alguna, hablar de cambios importantes en la concepción de los gobiernos seccionales y sus sistemas de gestión, que se encuentran respaldados en el Plan Nacional del Buen Vivir, en la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo y el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización lo cual, a su vez, les conlleva a enfrentar grandes desafíos y cambios en su estructura política,

administrativa y económica. La actual Constitución plantea un proceso nuevo y efectivo de descentralización, basado en el ejercicio de competencias exclusivas por niveles de gobiernos y de la transferencia complementaria de otras competencias por parte del Estado central hacia los distintos gobiernos autónomos descentralizados, conocidos como Gobiernos Regionales, Gobiernos Provincias, Distritos Metropolitanos, Municipios y Juntas Parroquiales, también denominados GAD o simplemente gobiernos autónomos. (Batalla Gómez, 2013)

El art. 105 del (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización), define la descentralización como: “la transferencia obligatoria, progresiva y definitiva de competencias con los respectivos talentos humanos y recursos financieros, materiales y tecnológicos, desde el gobierno central hacia los gobiernos autónomos descentralizados”. En esta conceptualización es rescatable el hecho de que la transferencia de la competencia denota también una transferencia de talento humano y recursos materiales y tecnológicos; sin que esto signifique una influencia directa del gobierno central sobre los gobiernos descentralizados.

En la misma línea según el (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización): A través de la descentralización se impulsará el desarrollo equitativo, solidario y equilibrado en todo el territorio nacional, a fin de garantizar la realización del Buen Vivir y la equidad interterritorial, y niveles de calidad de vida similares en todos los sectores de la población, mediante el fortalecimiento de los gobiernos autónomos descentralizados y el ejercicio de los derechos de participación, acercando la administración a la ciudadanía.

Por lo tanto, los gobiernos autónomos descentralizados han venido realizando sus actividades en este marco (desde el 2011) a través de los Planes Cantonales de Desarrollo y Plan de Ordenamiento Territorial, para medir la efectividad de este tipo de políticas se plantea realizar una investigación comparativa en función de los recursos asignados, previos y posterior a la aplicación del modelo de descentralización que se ejecuta actualmente.

Sin embargo, debido a que los gobiernos autónomos descentralizados no tienen competencias sobre el área productiva, se plantea determinar cuáles son las gestiones, que se han realizado en esta institución específicamente en Samborondón para contribuir al desarrollo de los productores agrícolas (especialmente productores de arroz). Debido a la participación y representación política del alcalde del cantón como miembro del Consejo Provincial, institución que tiene competencia en esta área, de acuerdo a lo establecido en Art. 43 del COOTAD y en el Art. 263 en su numeral 7 de la Constitución.

Metodología de estudio

La investigación será de tipo “descriptiva y explicativa” porque se van a revisar las asignaciones de los recursos para el sector productivo de Samborondón, en el área arrocerá y a la vez se buscará establecer la relación causa – efecto de las competencias que tienen asignados los gobiernos autónomos descentralizados y como estas aportan al desarrollo de las actividades que potencian el progreso del cantón.

Las técnicas que se utilizarán para el desarrollo de la investigación serán: grupos focales y entrevistas con las autoridades, dirigentes gremiales, intermediarios, propietarios de piladoras, expertos en agrotécnica y cultivadores, para extraer sus opiniones del proceso productivo – comercial. Esta información se complementará con encuestas a proveedores, cultivadores pequeños y medianos de arroz del Cantón Samborondón. Los datos obtenidos mediante estas técnicas servirán para la construcción de la línea base de los agricultores de arroz del cantón Samborondón.

Además, esta información será de interés para afianzar la importancia del sector en el desarrollo territorial del país, así las autoridades y organismos competentes podrán focalizar las ayudas en los sectores que tienen potencialidades de desarrollo sostenible.

Con ello se pretende beneficiar a 450 agricultores, y por consiguiente a sus familias que representan aproximadamente 1800 personas, que serán parte activa del proceso de descentralización y de apoyo productivo para alcanzar el desarrollo local de este cantón.

III. Conclusiones

La descentralización involucra delegar competencias de los gobiernos centrales a gobiernos autónomos descentralizados (municipales, cantonales o parroquiales) con el fin de lograr el desarrollo armónico y sostenible, para garantizar la prestación de los servicios adecuados a la ciudadanía.

Se busca potenciar a los agentes económicos que forman parte de un territorio específico, a través del ordenamiento y aprovechamiento de los recursos económicos, productivos, sociales, ambientales, turísticos con los que se cuentan en el mismo.

Los gobiernos autónomos descentralizados tienen a su cargo el ordenamiento territorial, que está garantizado a través de la Constitución, del plan de desarrollo a nivel nacional, del Código Orgánico de Organización, Autonomía y Descentralización, que en conjunto buscan la integralidad de los procesos para alcanzar el Buen Vivir y mejorar las condiciones de vida que tiene la población.

La descentralización involucra autonomía política, administrativa y económica, por ello se hace énfasis en la participación de las asociaciones público – privado. Para medir la efectividad de este tipo de políticas se plantea realizar una investigación comparativa en función de los recursos asignados, previos y posterior a la aplicación del modelo de descentralización que se ejecuta actualmente

BIBLIOGRAFÍA

Albuquerque, F., Dini, M., & Pérez, R. (2008). El enfoque del desarrollo económico territorial. (F. U. Instituto de Desarrollo Regional, Ed.) Sevilla, España.

Alburquerque, F. (2001). La importancia del enfoque del desarrollo económico local. Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local.

Alburquerque, F. (24-30 de Agosto de 2003). Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local. La Serena, Coquimbo, Chile.

Alburquerque, F. (2004). Desarrollo económico local y descentralización en América Latina. Revista de la CEPAL 82, 15.

Asamblea Constituyente. (19 de Octubre de 2010). Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. Quito, Pichincha, Ecuador.

Asamblea Constituyente del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). Constitución de la República del Ecuador. Montecristi, Manabí, Ecuador.

Batalla Gómez, H. (2013). El actual modelo de descentralización en el Ecuador: un desafío para los gobiernos autónomos descentralizados. *Revista de Derecho*(20), 18.

Boisier, S. (2001). Desarrollo(Local): ¿De qué estamos hablando? (O. Madoery, & A. V. Barquero, Edits.) *Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local*, 22.

Casalet, M. (29 de Febrero de 2000). Descentralización y Desarrollo Económico Local: Una visión general del Caso México. (CEPAL, Ed.) Santiago de Chile, Chile.

Finot, I. (2007). Los procesos de descentralización en América Latina. *Investigaciones Regionales*, 205. Obtenido de <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28901008>>

Mattos, C. A. (1990). La descentralización, ¿una nueva panacea para impulsar el desarrollo local? *Cuadernos de Economía*(14), 173-194.

Mena, F. C. (1999). La descentralización en el Ecuador de hoy: sus alternativas. (FLACSO, Ed.) *ICONOS*(7), 27-31.

Organización de Estados Iberoamericanos. (s.f.). Descentralización.

Proyecto USAID/Perú ProDescentralización. (Enero de 2011). *ABC de la Descentralización. Aspectos claves en la gestión pública descentralizada*, Dos, 50. Lima, Perú: Neva Studio S.A.C.

Vázquez Barquero, A. (2000). La política de desarrollo económico local.

Vázquez Barquero, A. (4 de Febrero de 2000). Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual. Santiago, Chile.

024. FACTORES DE ÉXITO EN EL CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE CACAO. CASO ECUADOR 2010-2015.

Autores:

Vanya Soraya Carcelén Guerra

Ingeniera en Negocios Internacionales

vcarcelen20@hotmail.com

Ecuador

Martha Karina Bravo García

Magister en Ciencias Internacionales

Ingeniera en Negocios Internacionales

kabravo@ecotec.edu.ec. mkbragar@gmail.com

Coordinadora Consultoría Educación Continua

Universidad Ecotec

Ecuador

RESUMEN

Ecuador es un país conocido en el comercio internacional por su producción agrícola. Las exportaciones de dichos productos han tenido un crecimiento constante en los últimos años, especialmente el cacao. En los últimos cinco años, las exportaciones de la “pepa de oro” se incrementaron en casi el doble, convirtiendo al país en el productor número uno de la variedad “fino de aroma”. Resulta importante conocer los factores motivos de este crecimiento, en busca de mantener la competitividad del producto en el mercado internacional y al mismo tiempo analizar estrategias que permitan al país aprovechar este éxito.

PALABRAS CLAVE

Exportaciones, Cacao, Comercio Internacional, Mercado Internacional, Ventaja Competitiva.

ABSTRACT

Ecuador is known in the international markets for its agricultural production. The exports of that sector has been growing constantly in the last years, especially the cacao. In the last five years, the exports of the “pepa de oro” has grown almost twice the amount, positioning the country as the number one in the variety of “fino aroma”. It is why it is important to know what are the factors that provoke this growing in order to keep the competitiveness of the product in the international markets and, at the same time, analyze strategies that allows the country to take advantage of this success.

KEYWORDS

Exports, Cacao, International Markets, International Trade, Competitive Advantage

INTRODUCCION

Un sector muy sensible en el comercio internacional ha sido siempre el de los productos agropecuarios, sobre todo el de los productos primarios, por lo que las normas aplicadas al mismo en el sistema internacional de comercio, ha diferido mucho de los productos de otras industrias. En las esferas del GATT, hoy OMC, se estableció el acuerdo sobre Agricultura, que atiende, principalmente, los temas de acceso a los mercados y mejoras a las oportunidades de exportaciones.

En el comercio mundial el volumen de las exportaciones de productos agropecuarios ha tenido un crecimiento, en las últimas décadas, que está por debajo de otras industrias. Sin embargo, su aumento, se sitúa por delante de otros sectores como los productos de las industrias extractivas, de la industria del automóvil, los productos químicos, los textiles y el vestido o el hierro y el acero (OMC, 2016).

El comercio de productos agropecuarios ocupa parte importante de la actividad económica general en muchos países del mundo por lo que desempeña un papel fundamental en la producción nacional y el empleo. La Organización Mundial de Comercio indica que en el comercio internacional de productos agropecuarios, los productos alimenticios representan casi el 80% del total. La otra principal categoría de productos agropecuarios es las materias primas.

Ecuador, por ejemplo, conocido en los mercados internacionales por ser un país agroexportador, ha mantenido un crecimiento estable en sus exportaciones de productos no petroleros y específicamente de origen agrícola. Uno de esos productos, y el que más puntuación de crecimiento ha tenido es el cacao.

Según las cifras de ANECACAO (2015) En los últimos cinco años su crecimiento ha sido constante y acelerado, llevándolo de 139 mil toneladas a 230 mil al cierre del 2015. Ecuador ocupa hoy en día el séptimo lugar como país productor mundial de Cacao, no obstante en el mercado mundial de cacao fino y de aroma es el primero con más del 70% de la producción global, seguido de Indonesia con un 10% (PROECUADOR, 2013).

Organización Internacional del Cacao (2011), indica que el 95% de la producción mundial anual es cacao al granel, el cual se produce en su mayor parte en el África, Asia y Brasil. El restante 5%, corresponde a cacao fino o de aroma, cuyas características distintivas de aroma y sabor son buscadas principalmente por los fabricantes de chocolates de alta calidad.

Tomando en cuenta la importancia de este producto en la economía del país y conociendo este incremento constante es necesario conocer ¿Cuáles son los factores que permiten sostener en el tiempo las ventajas competitivas de las exportaciones de cacao en el Ecuador?.

El propósito de este artículo es determinar cuáles son los factores que han favorecido al incremento de las exportaciones del cacao en el periodo 2010 al 2015,

para encontrar propuestas que permitan sostener sus ventajas competitivas en el tiempo, con miras a exportar además de materia prima, productos semielaborados o el producto final.

DESARROLLO

Se llevó a cabo una investigación descriptiva de tipo cualitativo, que ayudará a saber el conocimiento de las causas, explicar el porqué de las mismas, identificar los factores del éxito en el crecimiento de las exportaciones de cacao en el periodo 2010-2015, a través de revisión bibliográfica, datos específicos y entrevistas a expertos en el tema, que permitirá recopilar la información necesaria para explicar cuáles han sido los factores de crecimiento en las exportaciones del grano de cacao y sus derivados.

La selección de los entrevistados fue basada en su alto conocimiento del tema ya que están involucradas de manera importante en el mercado y comercialización del cacao y sus derivados. Las entrevistas han sido realizadas con miembros de asociaciones particulares, organismos gubernamentales, y empresa intermediaria entre exportador-productor, ya que el aporte de sus conocimientos a esta investigación es muy valioso.

1.1 Cacao, procesos y mercado.

El Instituto de Promoción de Exportaciones de Ecuador explica que el mercado mundial del cacao reconoce dos grandes categorías de cacao en grano: cacao “fino o de aroma” y el cacao “al granel” o “común”. Generalmente, el cacao fino o de aroma es producido por árboles de cacao de variedad Criollo o Trinitario, mientras que el cacao al granel provienen de la variedad de árbol Forastero. Existen excepciones, por ejemplo, en Ecuador los árboles de cacao Nacional, considerados de variedad Forastero, producen cacao fino o de aroma. Otra excepción, en Camerún el cacao producido por árboles de variedad Trinitario es considerado cacao común.

Existen numerosos tipos o formas de cacao que dieron origen a las variedades que actualmente se conocen que son los criollos centro americanos, criollos sudamericanos y forasteros amazónicos los cuales por hibridaciones a los trinitarios y unos más recientes como el CCN51 obtenidos por cruzamientos. De esto, los tres primeros tienen la calidad que les ha merecido el nombre de “cacao de arriba” como el cacao nacional de fino aroma del Ecuador. (ProEcuador, 2013)

Cacao nacional también conocido como cacao de fino aroma. Es el producto tradicional y emblemático del Ecuador. Por sus fragancias y sabores frutales y florales, se volvió famoso entre los extranjeros y poco a poco lo fueron llamando cacao de arriba. Por sus propiedades y minerales tiene un valor agregado que es reconocido por la industria de la confitería. (ANECACAO, 2015)

La variedad mencionada CCN51 significa “Colección Castro Naranjal 51”, llamado así debido a su creador Homero Castro en la ciudad de Naranjal, y el 51 se refiere al número de intentos de cruzamientos en serie que realizó hasta que finalmente consiguió el clon. Las características principales del CCN-51 son que sus frutos tienen una coloración rojiza en su estado de desarrollo y en su madurez. Contienen grandes cantidades de grasa, por lo que define sus propios nichos de mercados. (C-Spot, 2016)

Siendo obtenido en la época del 60, el CCN-51 es responsable del incremento de las áreas de producción en los últimos años, con características de alta producción y resistencia a enfermedades que ha permitido que el Ecuador incremente la superficie de cacao en el país.

Toda la serie de operaciones y procesos que se somete un producto agrícola natural para convertirlo en un artículo comercial exportable se la conoce como beneficiado. En el caso del cacao dichas operaciones consisten, sucesivamente en: la fermentación, secado, limpieza, selección y clasificación de granos junto con labores complementarias como el pulimento y abrillantado.

El fin fundamental del beneficio es convertir el grano en un producto conservable de fácil transporte y que mantenga las cualidades de aroma y sabor que son las que le dan el valor comercial para su posterior uso en las industrias de alimentación, grasas y farmacéuticas (Navas, 1953)

La cadena de mercadeo del cacao se inicia desde que el productor o agricultor le da el beneficiado total o parcial y lo saca del campo a los pueblos o ciudades rurales donde es adquirido por los comerciantes de grano, los cuales continúan dándole labores de beneficio como el secado, abrillantamiento, lavado y selección para luego trasladarlo con cierta cantidad todavía de agua (11% a 12%) y lo traslada hacia los exportadores que por lo general están en los puertos de Guayaquil, Puerto Bolívar y Manta, quienes le reducen la humedad para exportarla con un 7% y le dan otras labores de beneficio como son la selección y homogenización de los granos, finalmente sale a los mercados internacionales.

En un extremo del espectro encontramos que el canal entre el productor y el exportador tiene por lo menos dos intermediarios: los pequeños acopiadores y los mayoristas. Los pequeños acopiadores compran el grano directamente del agricultor visitando las fincas individuales. En una etapa posterior, estos acopiadores venden lo adquirido a los mayoristas quienes, a su vez, revenden a los exportadores.

En el otro extremo de la cadena de comercialización del cacao, el grano se vende directamente al exportador. Esto se lo hace a través de la participación de asociaciones o cooperativas de productores y, en ocasiones, estas agrupaciones gremiales exportan directamente. (Guerrero, 2013)

Luego de pasar por el beneficio o la serie de operaciones y procesos a las que se somete el cacao, continúa la etapa de industrialización del mismo. Comenzando por los semielaborados, que es cuando se separan las fases sólidas de las líquidas, obteniendo productos que serán utilizados para la fabricación de chocolates y derivados.

Licor: Es una pasta fluida que se obtiene del cacao a partir de un proceso de molienda. Se utiliza como materia prima en la producción de chocolates y de algunas bebidas alcohólicas. Al someterse al proceso de prensado, puede convertirse en:

Manteca: Es la materia grasa del cacao. Se conoce también como aceite de theobroma. Es usada en la producción de cosméticos y farmacéuticos.

Torta: Es la fase sólida del licor de cacao. Se utiliza en la elaboración de chocolates.

Polvo: La torta puede ser pulverizada y convertirse en polvo de cacao, utilizado para la elaboración de bebidas de chocolate.

Nibs: Residuos del cacao que tienen también cierto mercado.

Debido al poder nutritivo del cacao y por ende, su derivado el chocolate, más enriquecido en azúcares que le convierten en un alimento de gran valor energético; a ello se le une, para completar su valor, la existencia de vitaminas y lecitinas y de los alcaloides que contienen en pequeña cantidad, formando el conjunto un producto de fácil asimilación, larga conservación y facilidad de transporte, que asegura a los cacahueros un creciente mercado.

En lo que respecta a los elaborados, generalmente es el cacao tras un proceso de industrialización o elaboración artesanal. Por lo general, se refiere al chocolate, que puede ser: barras, tabletas, bombones, coberturas, blanco, en polvo, relleno, baños y un sin fin de manufacturas más, obtenidos a partir de mezclas con otros productos o frutos secos. (ANECACAO, 2015)

1.2 Ventaja Competitiva del cacao de Ecuador

El concepto de ventaja competitiva desarrollado por Michael E. Porter, que busca enseñar cómo la estrategia elegida y seguida por una organización o país puede determinar y sustentar su suceso competitivo. Según Porter, hay tres tipos de estrategias genéricas que una empresa puede seguir, y son liderazgo, diferenciación y enfoque.

- Liderazgo por costos: la organización busca establecerse como el productor de más bajo costo en su sector.
- Diferenciación: la organización intenta ser la única en su sector con respecto a algunas áreas de producto/servicio más apreciadas por los compradores.

Esta estrategia permite en este caso al país practicar un precio superior u obtener mayor lealtad por parte de los compradores. (Porter, 2006)

A través de estas ventajas, refiriéndonos a Ecuador como productor y exportador de cacao, hace que el país adquiera una posición favorable en relación a la competencia de otros países dentro del mercado mundial.

Analizando la situación en Ecuador, los precios se mantienen estables y regulados en el mercado nacional como internacional, por lo tanto el comercio de cacao en el Ecuador no se enfoca en el liderazgo por costos, pero si lo hace en la diferenciación ya que el cacao Ecuatoriano es conocido y demandado mundialmente por su calidad y por el aroma único que este tiene, por la misma razón se lo conoce como “cacao de fino aroma” que es lo que nos hace destacar y sobresalir frente a el cacao producido en otros países (Michael Porter, 2012).

Porter describe el instrumento básico para diagnosticar la ventaja competitiva y encontrar formas de intensificarla: la cadena de valores. A través de la cadena de valores, la organización se divide en sus actividades básicas (investigación y desarrollo, producción, comercialización y servicio), lo que facilita la identificación de las fuentes de ventaja competitiva. Es importante mencionar que una parte de la producción de cacao es valorada internacionalmente por el proceso que se le da desde el corte de la mazorca hasta que los mismos granos son ensacados y listos para exportar. Es decir, los compradores buscan su cacao con certificaciones con cadenas de valor más seguras y sostenibles. Y están dispuestos a invertir y pagar más a los productores con tal de conseguir este objetivo y con ello minimizar los riesgos.

Si hablamos de las ventajas competitivas de las exportadoras agrícolas, debemos referirnos específicamente a lo que se dedican este tipo de empresas que es a distribuir a distintos países productos de este tipo como el cacao. Los productos agrícolas se obtienen mediante un previo cultivo de los mismos y se dividen en dos tipos: alimentarios por ejemplo cereales y comestibles e industriales como materia prima (Salcedo & Guzmán, 2014).

En el caso Ecuador, el cacao es mucho más que una materia prima. Es evidente el desarrollo sustentable que está teniendo el Ecuador, que siempre tuvo una gran posición respecto al cacao; pero aun así, existen varias economías extranjeras que ostentan el título de tener el mejor chocolate del mundo, cuando el mejor cacao del mundo está en América, y en especial en Ecuador, que es único en su especie siendo muy suave, dulce y de alta calidad. Se puede obtener esta gran ventaja comparativa natural del Ecuador, con una mayor industrialización del cacao y además del reconocimiento al chocolate ecuatoriano (Jácome, 2014).

1.3 Exportaciones de Cacao de Ecuador

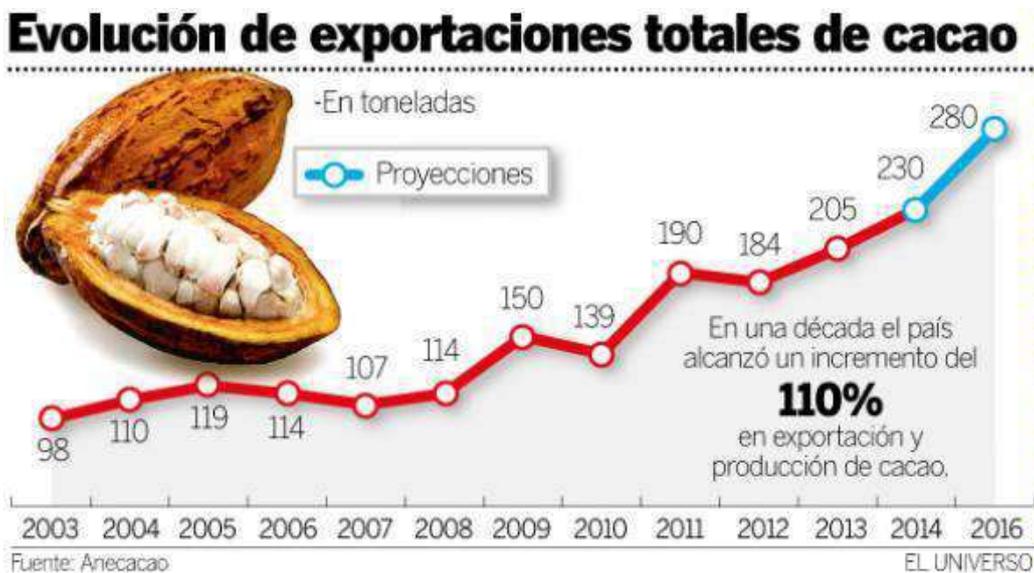
Ecuador cerro el 2014 en el club de los cinco mayores productores de cacao a nivel mundial. Su producción, que alcanzó las 240 mil toneladas métricas, de las cuales 230 mil han sido destinadas al mercado de exportación, le han permitido desplazar del quinto lugar a Camerún. El país logra por segundo año consecutivo avanzar en posiciones en el mercado global, pues ya en el 2013 superó a Brasil, uno de los productores fuertes de América Latina. En el 2015 con los niveles de exportación que marcan un nuevo récord, Ecuador cerró con 260000 toneladas métricas desplazando a Nigeria. Para este 2016 se prevé que Ecuador produzca de 280000 a 300000 toneladas métricas. En proyección con lo que se sigue sembrando en el 2020 serán de 350 a 400mil toneladas probablemente desplazaremos a Indonesia, ubicándonos en tercer lugar en el mundo, ya que somos actualmente 4 en el mundo y 1 en Latinoamérica. Los países Africanos nos ganan por hectareaje mas no por calidad, nosotros gozamos de tener el mejor cacao del mundo.

TABLA No. 1: Mayores Productores de Cacao en el Mundo.

Productores	2014	2015	2016
1	Costa de Marfil	Costa de Marfil	Costa de Marfil
2	Ghana	Ghana	Ghana
3	Indonesia	Indonesia	Indonesia
4	Nigeria	Nigeria	Ecuador
5	Camerún	Ecuador	Nigeria

Fuente: Investigación del estudio de caso.

ILUSTRACIÓN 1 EVOLUCIÓN EXPORTACIONES DE CACAO



1.4 calidad del cacao ecuatoriano

El cacao ecuatoriano posee dos materiales genéticos de siembra con los que puede contar el agricultor inmerso en esta actividad, estas son las variedades nacional y CCN-51, ambas con características de alta producción, calidad y mercado seguro, lo que garantiza la continuidad de las siembras, puesto que la demanda mundial siempre es creciente a tal punto que el Ecuador es hoy el cuarto país productor en el mundo debajo de Costa de Marfil, Ghana e Indonesia y el principal destino del mismo es Estados Unidos y Europa. El mercado asiático se encuentra en constante crecimiento (Andrioli, 2016).

En las entrevistas realizadas y en respuesta a la primera pregunta, el 100% de los entrevistados coincide en que el aumento de las nuevas plantaciones de cacao, en su gran mayoría CCN51, es uno de los factores principales causante del aumento de producción de cacao y por tanto de las exportaciones del mismo.

El 40% asegura que uno de los factores importantes es la calidad del producto, ya que el cacao ecuatoriano se distingue por su sabor y aroma inconfundible. También con el mismo porcentaje se menciona que el buen trabajo estructurado entre las instituciones públicas y privadas en mejorar y fomentar la producción de cacao ha ocasionado el incremento de la producción y ventas.

Un 20% afirma que los problemas de externalidades en los competidores son un factor clave en el aumento de las exportaciones. Por externalidades los entrevistados definen a problemas climáticos como el Fenómeno del Niño que ha golpeado más a países vecinos en donde la producción bajó considerablemente y es ahí donde Ecuador aparece como solución. El mismo porcentaje considera que la estabilidad de precios en este mercado es un factor favorable.

Otro 20% menciona la iniciativa de poda de árboles por parte del gobierno. Esto quiere decir que con el fin de evitar la continua eliminación de las antiguas huertas de cacao Nacional o de fino aroma por sus bajas producciones y mal manejo, el gobierno Nacional a través del MAGAP, emprendió un programa de recuperación de cacaotales con podas asistidas y facilitadas para la regeneración de las mismas y conservarlas en mejor estado fitosanitario, podas que consistían en bajar la altura de las plantas para mejorar la recolección, eliminación de ramas enfermas e improductivas y mejorar la penetración de luz, aireación e inducir a nuevas ramas, flores y frutos y de esta manera hacerlas más productivas.

El 100% de los entrevistados están de acuerdo en que el principal destino de nuestras exportaciones es América del Norte, específicamente Estados Unidos, pero también México es otro de nuestros mercados. Seguido de Europa y ciertos países asiáticos como Japón y Malasia pero son muchísimo más complicado al momento de ingresar con las certificaciones.

A pesar de que el cacao CCN51 sea el que más produce en cantidad, aún sigue siendo en Cacao Nacional de Fino Aroma quien lidera las exportaciones, pero se cree que con el tiempo este porcentaje va a cambiar debido al incremento de las plantaciones de CCCN51. El 60% de los entrevistados consideran que hay una relación 70/30 (70% de Nacional y 30% de CCN51) al momento de las exportaciones.

El 100% de los entrevistados coinciden en que el 90% del cacao sale en materia prima o en grano y el resto se divide en semi industrializados y elaborados. De ese porcentaje de semi industrializados solo un 4% sale como producto final (ejemplo los chocolates PACARI). Más adelante se muestran porcentajes exactos de cada producto.

Definitivamente se tiene una buena perspectiva respecto al crecimiento de la producción por tanto la exportación.

A pesar de que el 2016 va a ser atípico por consecuencias del fenómeno del niño que se están manifestando recién ahora, que generó cambios en la temperatura del clima, caídas de producción, este año se tendrá una desaceleración en el crecimiento de producción y por tanto en la exportación.

En proyección normal con lo que hay y se sigue sembrado, en el 2020 serán de 350000 a 400000 toneladas ubicándonos en tercer lugar en el mundo, somos 4 en el mundo y 1 en Latinoamérica. Costa marfil, Ghana, Indonesia están primero que nosotros y en 4 o 5 años superaremos Indonesia. Cabe recalcar que estos países nos superan por hectareaje mas no por calidad, nosotros gozamos de tener el mejor cacao del mundo.

Desde que Ecuador cambio los sistemas de agro calidad, esto ha causado que cambie la imagen que tenían los mercados mundiales respecto a los productos ecuatorianos. También depende mucho del mercado destino o país, porque ahora más allá de tener permisos, se obtienen certificaciones que avalan las bondades del producto. Más adelante se muestra la tabla de certificaciones.

El cacao ecuatoriano se exporta siempre regido bajo la norma INEN 176. Pero existen ciertos mercados como el asiático (Malasia, Japón, etc) donde se piden requerimientos adicionales para que el cacao pueda ser exportado hacia estos países. Se piden fumigaciones especiales para erradicar cualquier indicio del hongo *Microcyclus Ulei* que afecta las plantaciones de caucho en Malasia. Para Japón se solicitan análisis especiales para detectar los porcentajes de Mercurio y Cadmio en los granos de cacao, además de que los límites para químicos y pesticidas son muy bajos y han limitado la exportación a ese país a niveles casi nulos.

CONCLUSION

Una vez hecha la investigación cualitativa por medio de las entrevistas, se pudo obtener información fundamental sobre los factores que favorecen la ventaja competitiva de las exportaciones de cacao en el periodo 2010-2015 y determinar las predicciones a futuro de las mismas en base al aumento del hectareaje de siembras nuevas, se puede asegurar que a diario.

La razón por la cual han aumentado las siembras de cacao es por el cambio de las plantaciones, ya que donde antes se cosechaban siembras de ciclo corto como arroz, maíz y soya, ahora que están siendo reemplazados por cacao, no solo por el beneficio económico ya que es mucho más rentable sino también porque son plantaciones más seguras, resistentes y son de largo plazo, es decir que la vida productiva del árbol es de aproximadamente 30 años. Esta es la razón principal del aumento de hectareaje en los últimos años con la cual incrementa la producción y por ende las exportaciones de cacao.

A nivel local ha habido un buen trabajo estructurado entre las instituciones públicas y privadas en mejorar y fomentar la producción de cacao. Una mejor promoción de la calidad del cacao ecuatoriano en los mercados mundiales y el desarrollo de proyectos son los resultados obtenidos por el sector cacaotero se deben a la buena articulación público-privada entre los componentes de la cadena del cacao

La gestión privada por parte de los exportadores que durante el año han buscado trabajar por la calidad y el productor del cacao ecuatoriano, así como también la gestión pública realizada en los cultivos donde se han podado cientos de hectáreas para mejorar los rendimientos de los cultivos han sido factores que han ayudado a obtener óptimos resultados.

Dado que la producción aumentara y las exportaciones se incrementaran, se recomienda toma la iniciativa de PROECUADOR, en la cual se incentiva a que el agricultor no solo cultive, sino que fabrique su propio producto final. La propuesta va dirigida a las asociaciones conformadas por medianos y pequeños productores para industrializar el cacao con fines de exportación.

Ante la situación planteada y en base a los factores investigados, se propone crear una alianza privada y pública para un programa de incentivo de industrialización de cacao y trabajar con estrategias de promoción de venta internacional mejoradas ya que estas dieron resultado con la materia prima de cacao, que busca tener excelentes resultados con el producto elaborado posicionándolo también como un bien final de calidad. Además de chocolate pueden ser los productos ya mencionados como licor, manteca, polvo, torta o nibs.

Las predicciones de exportaciones de la materia prima de cacao según expertos van a aumentar, por lo que se deberían de aplicar estrategias que hagan la producción más sostenible. Si están demandando el producto ecuatoriano que es único y de alta

calidad, la propuesta sería que tanto aumenta la producción y exportación del grano, aumentar la industrialización y exportación del mismo.

BIBLIOGRAFIA

Andrioli, L. A. (2016). El Cacao Insignia de Ecuador. *El Agro*, 4.

ANECACAO. (2015). *Asociación Nacional Exportadores de Cacao*. Obtenido de Sitio web de ANECACAO: <http://www.anecacao.com/index.php/es/estadisticas/estadisticas-actuales.html>

C-Spot. (SF de SF de 2016). *C-Spot*. Obtenido de sitio web C-spot: <https://www.c-spot.com/atlas/chocolate-strains/cultivar-strains/ccn-51/>

Cubillos, G., Merizalde, G. J., & Correa, E. (2008). *Manual del Beneficio del Cacao*. Antioquia: Secretaria de Agricultura de Antioquia.

El Universo. (27 de 12 de 2014). *El Universo*. Obtenido de El Universo: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/12/27/nota/4380921/ecuador-desplaza-camerun-ranking-mundial-cacaotero>

Guerrero, G. (SF de SF de 2013). *Revista Lideres*. Obtenido de Grupo El Comercio: <http://www.revistalideres.ec/lideres/cacao-ecuadoriano-historia-empezo-siglo.html>

ICCO. (2011). *Organización Internacional del Cacao*. Obtenido de ICCO web site: <http://www.icco.org/about/growing.aspx>, agosto

Jácome, C. (23 de 9 de 2014). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Obtenido de Economía y Finanzas Internacionales: <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/191-ventaja-comparativa-del-ecuador-hablemos-del-cacao>

KnowNet . (s.f. de s.f. de 2015). *Enciclopedia Temática*. Obtenido de <http://know.net/es/cieeconcom/gestion/ventaja-competitiva/>

Michael Porter. (2012). *Estrategias Competitivas: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*. Piramide Ediciones SA.

Navas, J. N. (1953). *Cacao, Café y Té*. Barcelona-Madrid-Buenos Aires-Caracas-Rio de Janeiro: Salvat Editores S.A. .

OMC. (2016). *Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de Sitio Web de Organización Mundial de Comercio: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/agric_s/ag_intro01_intro_s.htm

Porter, M. E. (2006). *Estrategia y Ventaja Competitiva*. Deusto.

PROECUADOR. (2013). *Instituto de Promoción de Exportaciones del Ecuador*. Obtenido de PROECUADOR web site: <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/cacao-y-elaborados/>

ProEcuador. (2013). *Pro Ecuador*. Obtenido de Pro Ecuador:

<http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/cacao-y-elaborados/>



**LÍNEA TEMÁTICA:
EMPRENDIMIENTO
Y
DESARROLLO
EMPRESARIAL**

ISBN: 978-9942-960-07-8

001. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION DE SUELAS DE SANDALIAS Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS. CASO: PLASMETAL S.A.

Autores:

Julio Fabricio Brito Morales

so_fabricio@msn.com; f.brito@plasmetalsa.com

PLASMETAL S.A.

Gerente de Talento Humano, Gerente de producción, Ingeniero en Administración de empresas énfasis en Administración de Recursos Humanos.

Guayaquil-Ecuador

Luisa León Vega

lleon@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador

Docente Titular de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Ingeniera en Gestión Empresarial, Máster en Administración de Empresas

Guayaquil-Ecuador

Resumen

Este documento tiene como finalidad, elaborar una estrategia de comercialización que favorezca al logro de la eficiencia en la gestión de ventas, ya que la industria del calzado se ha visto afectada de forma negativa debido a la situación país, generando déficit en ventas.

Se realizó un análisis en conjunto con el departamento de ventas y se encuestó a todos los fabricantes (zapateros) de la base de datos de la empresa con la finalidad de poder diagnosticar y analizar la situación actual, para de esta manera proponer una estrategia que cumpla con las necesidades tanto de los clientes como de la organización. Estas sesiones de trabajo generaron información valiosa que fue pieza fundamental para el desarrollo eficiente del plan a seguir.

Palabras claves:

Estrategia, Comercialización, Venta, Mercado y Suelas de sandalias

Introducción

El mundo está en constante cambio, las organizaciones se deben adaptar a él para poder sobrevivir. Es de suma importancia buscar una alternativa rentable para incrementar la utilidad de la compañía, mejorando sus ventas. En el 2014 la empresa PLASMETAL S.A. obtuvo una disminución de ventas en un 40%, en el 2015 subió su nivel de ventas pero no logró recuperar lo dejado de vender.

PLASMETAL S.A. fue fundada como empresa a inicios de 1971, por esa década comienza a crecer la industria plástica en el país, surge PICA, Chempro, Plapasa, Soria, Naher, entre otros donde se comienza a fabricar productos plásticos hechos en Ecuador, muchos de los moldes de esa época eran fabricados por PLASMETAL. La empresa es pionera en la fabricación de suelas de calzado en el país, inclusive una de las primeras a nivel de Sudamérica; ya que gran parte de su producción en sus primeras dos décadas de vida, se exportaba a países vecinos como Perú, Colombia y Bolivia. En la actualidad el 90% de la producción de la fábrica es de suelas de calzado femenino.

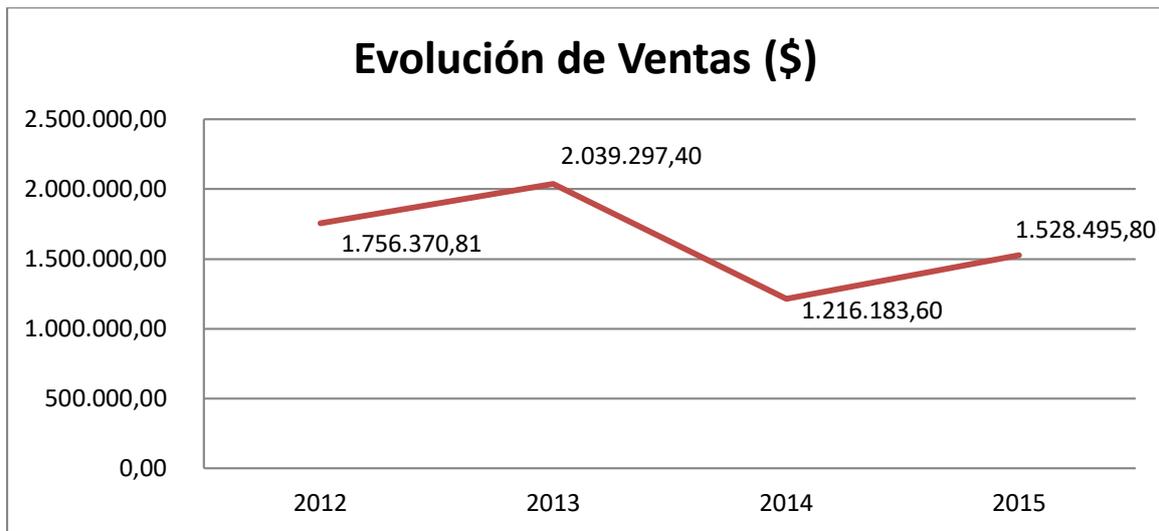
Actualmente se tiene la necesidad de aumentar las ventas para que esto se vea repercutido en el aumento de la utilidad. El objetivo es proponer una estrategia de comercialización para fortalecer las ventas de las suelas de sandalias, mediante el uso de herramientas que favorecen al logro de la estrategia, permitiendo que se vendan a un costo accesible y ajustado a la crisis económica que se está viviendo.

Los productores de calzado nacional se ven afectados por el producto extranjero que ingresa al país a un precio muy difícil de competir. Se debe buscar una característica diferenciadora al producto que se ofrece para atraer al consumidor y de esta manera los clientes puedan competir con los productos extranjeros.

Desarrollo

La empresa ha sufrido un decrecimiento en las ventas en comparación con el año 2013 donde las ventas fueron de 2 millones, es así que en el año 2014 se dejó de vender un 40%, llegando a la cifra de 1.2 millones, mientras que en el 2015 se logró aumentar un poco las ventas alcanzando los 1.5 millones, pero aún no alcanza las cifras del año 2012 y 2013; es por ello que surge la necesidad de analizar la comercialización de los productos que la empresa vende para determinar una estrategia favorable que aumente su rentabilidad.

Figura 1. Evolución de ventas entre 2012 - 2015



Fuente: Plasmetal

Elaborado por: Autor

Como muestra la figura 1, la tendencia al crecimiento que se venía dando desde el año 2012 y 2013, se ve mermada en el año 2014, lo que ocasionó otros efectos dentro de la organización, como reducción de personal y subutilización de la capacidad de la maquinaria.

Estrategia

Una estrategia, es un proceso regulable, formada por un conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento (Real Academia Española, 2001). Se sintetiza como un procedimiento establecido para poder dirigir un proceso y obtener óptimos resultados.

(Pride & Ferrel, 1996) menciona que “las estrategias de ventas son las acciones de la organización dirigidas a crear las entradas principales de una empresa, representadas por los ingresos por ventas de servicios/productos”. (Artal Castells, 2007) define las estrategias de ventas como “esquemas detallados útiles para jefes y vendedores que por medio de objetivos se impulsa, motiva hasta se logra el éxito de las ventas”. El ser ordenado y contar con una planificación conlleva a excelentes resultados, al tener unas estrategias claras, bien definidos los objetivos y el plan de acción produciendo; los resultados positivos se dan a nota y la medición de las ventas se efectúa de mejor manera.

Para (Sainz de Vicuña Ancín, 2005) refiere que son “decisiones que se deben contemplar dentro del marco de la estrategia de distribución de una empresa de comercialización detallista: la elección del tipo de establecimiento y su ubicación, así como la estrategia de servicio al cliente”.

Al definir el cliente bajo esta perspectiva, en el desarrollo de las estrategias de comercialización, el punto de partida de la elección del tipo de establecimiento conforme al comportamiento de compra del consumidor. Donde los comportamientos de compra son de dos tipos, dependiendo de las actitudes del consumidor: (a) compras funcionales (que están estrechamente vinculadas con el acto de hacer la compra); así como, (b) las compras de placer (las cuales están asociadas con el acto de ir de compras). Estos tipos de conducta marcarían la pauta al momento de establecer las estrategias de comercialización como la elección del establecimiento y su ubicación para la agencia de publicidad.

Ahora bien, si se observan los objetivos, necesidades y actitudes de los consumidores son diferentes en los dos tipos de compras. En realidad, ambos forman un continuo dentro del cual se sitúan diferentes tipos de compras, en las compras funcionales el consumidor se guía por criterios prácticos como funcionales, es decir se busca rapidez y comodidad, minimizando el tiempo dedicado a la compra. Por el contrario, en las compras de placer, se busca diversión, servicio, prestigio, pasar el rato, entre otros, en estos casos el cliente no busca reducir el tiempo dedicado a la compra, forma parte de su tiempo de ocio.

En este sentido, refiere (Lambin, 2006) que “la estrategia de servicio al cliente en el marco de la comercialización también busca influir en la elección del establecimiento, en las actividades de compra y conseguir su lealtad, buscando que sea considerado como primera opción cuando vaya a comprar”.

Comercialización

“La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a vender productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y maneras de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución” (Ugarte, Lopez, Miret, & Viegas, 2000).

Se puede entender que comercialización es el procedimiento a seguir para que un producto, bien o servicio llegue al consumidor final, incluyendo desde el diseño del producto, el empaque y hasta la cadena de distribución. La comercialización debe generar una utilidad, esto debe de ser económicamente eficiente para que luego que termine todo el procedimiento se pueda obtener una ganancia.

Según (Kotler, 2002) “el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo?” Con el “¿cuándo?” el autor infiere en el momento oportuno de comercializar el producto, bien o servicio. “¿Dónde?” es el lugar geográficamente hablando que se va a realizar el proceso. “¿A quién?” es nuestro mercado objetivo, a que población queremos llegar. Y por último “¿Cómo?” hace hincapié a la estrategia a seguir para que nuestra comercialización tenga éxito y se pueda introducir de manera eficaz nuestro producto.

Por su parte, (Kotler, 2002) manifiesta que “la fuerza de ventas son individuos quienes en nombre de una compañía desempeña una o varias actividades tales como buscar prospectos de clientes, comunicar, dar servicio, así como, reunir información”.

El personal de ventas debe siempre estar encaminado hacia las necesidades de los clientes, ser servicial y buscar que el cliente o futuros clientes estén satisfecho con el producto. Administrar correctamente la fuerza de ventas genera una compañía prospera.

Es por esto que las “4ps” de Philip Kotler (Producto, Precio, Plaza y Promoción), en 1990 Robert Lauterborn transforma este concepto en las “4cs” Producto por Consumidor o cliente, Precio por Costo, Plaza por Conveniencia y Promoción por Comunicación.

Estas herramientas se las define de la siguiente manera (Hernández Garnica & Maubert Viveros, 2012).

Consumidor o Cliente: “El marketing moderno se centra en el estudio de las necesidades del consumidor, no en el producto. Ya no se puede vender cualquier cosa que se produzca, sino sólo aquello que satisface una necesidad.”

Costo: “Comprender el costo que representa para el consumidor satisfacer ese deseo o esa necesidad. El consumidor ahora decide donde comprar sin importar el precio ni que el producto que busca se encuentre más barato en el otro extremo de la ciudad que en la tienda más cercana a su casa; por lo tanto, se requiere estudiar los costos asociados (tiempo y esfuerzo) desde el momento en que se produce hasta que se adquiere el producto. Ahora lo que importa es comprar al menor costo no al menor precio”

Conveniencia: “Establecer una ruta específica para la distribución de los productos en los lugares que sean los más convenientes para todos los que intervienen en el proceso de compra. Se debe tener en cuenta que el consumidor adquiere los productos en el lugar más accesible por lo que también la conveniencia equivale a accesibilidad”.

Comunicación: “Es fundamental para mejorar la relación entre oferentes y demandantes. La comunicación que ahora establezcan las organizaciones con sus consumidores será básica para la creación de un marketing de relaciones, en el cual se conjuguen los intereses de los consumidores y proveedores con los de la organización. Ya no sólo se les informa a los clientes la existencia de los nuevos productos, ahora se les pide su opinión acerca de ellos; las promociones se diseñan a partir de lo que el cliente comunica a través de sus compras, las cuales se registran en sistemas de base de datos para futuros análisis”.

Estas herramientas serán fundamentales para lograr la eficiencia en una correcta estrategia de comercialización.

Mercado

A continuación, se detallará varios conceptos de algunos autores que hablan sobre mercado. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007) "las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo". (Reid, 1993)) "un grupo de gente que puede comprar un producto o servicio si lo desea". (Mankiw, 2012) "un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta".

En estos conceptos se resume resumir que un mercado es un conjunto de personas con necesidades similares demandando un producto, bien o servicio similar, que tengan las posibilidades de adquirirlo.

A partir de 1990, evolucionan los conceptos de comercialización y se empieza a diseñar productos y servicios orientados a un grupo específico o a una sola persona. Los segmentos se van reduciendo hasta llegar a nichos de mercados altamente determinados, personalizando los productos para ellos. Este nuevo paso lo impulsa y permite la creación de nuevos productos, aumentando la utilidad.

Según (Kotler, 2002), "un nicho de mercado es un grupo con una definición más estrecha (que el segmento de mercado). Por lo regular es un mercado pequeño cuyas necesidades no están siendo bien atendidas".

En el país existe una cantidad muy considerable de zapateros, pero la mayoría de ellos son informales. Aquellos que han generado marca y han logrado entrar a cadenas de ropa importantes en el Ecuador son un grupo pequeño, que, aunque poseen pedidos grandes por parte de estas cadenas no tienen la liquidez necesaria para realizar grandes inversiones. Este nicho de mercado es una oportunidad excelente para con una correcta estrategia mejora las ventas notablemente.

Según (Burgos, 2012), "el nicho de mercado posee necesidades específicas y similares: Las personas que conforman un nicho de mercado, se distinguen por tener necesidades muy singulares y que por lo general tienen cierto grado de complejidad, debido a ello, este conjunto humano está dispuesto a pagar un plus por el producto que satisfaga tales necesidades".

Al revisar las teorías, conceptos y definiciones, se puede percatar que los autores interceptan que el rol del departamento de venta dentro las organizaciones es sumamente importante, para fortalecer su posición dentro del mercado, indican también lo complicado de su operación, por eso se considera fundamental que los esfuerzos de la organización, se canalicen a través de una dirección o gerencia de

ventas, por consecuente, los vendedores son catalogados como el elemento esencial de la venta, ayudando a fortalecer el vínculo cliente/empresa.

(Stanton, Etzel, & Walker, 2007) “en la organización es necesario adaptar el producto a las necesidades de cada cliente, aumentando la confianza del cliente en el proveedor, facilitando al comprador su actuación inmediata, simplificando la solución de los problemas de un cliente en particular”.

Este autor relata que aplicando la teoría y la adaptación del producto a las necesidades de cada cliente, esto involucra a la personalización del producto como estrategia para a más de venderles una vez generar un vínculo importante cliente / empresa.

Para crear una estrategia de comercialización se debe de considerar cada uno de las etapas del proceso, generar vínculos para que todo quede coordinado de la mejor manera y este sea eficiente. Se explicará el proceso actual en el que incurre la empresa.

1. Elección de modelos y elaboración de moldes

El Gerente general y la Gerente de ventas viajan constantemente a ferias internacionales, ya sea en Perú, Colombia, Brasil y Argentina, ahí adquieren las diferentes muestras de suelas que están en el mercado, se considera la tendencia de la moda.

Con las muestras en el país se reúne al departamento de venta, al Gerente general, Jefe de bodega y Gerente de producción para escoger y diseñar las suelas y poder elaborar el molde. Aquí definimos si el molde va a ser vendido directamente a los fabricantes de calzado o a los distribuidores.

2. Tipos de clientes

Plasmetal S.A. divide a sus clientes en dos grupos, Calzado e Industriales. Dentro del grupo de calzado hay tres subgrupos. Entre ellos esta Distribuidores, Zapateros y Clientes varios.

Los distribuidores son aquellos clientes que poseen local y venden ya sea al por mayor y menor insumos de calzado (suelas, plantillas, capelladas, gomas, etc). Este tipo de cliente por lo general consume suelas económicas de bastante movimiento.

Los zapateros son aquellos clientes, sean artesanos o industriales, fabrican calzado; ellos por lo general consumen suelas de alto costo, que los distribuidores no suelen tener en stock por su baja rotación y elevado precio.

Los clientes varios, son aquellos que buscan la fábrica para comprar suelas populares a menor costo, la política de la empresa es derivarlos a un distribuidor; y

si este se niega la compañía le vende al precio de venta al público que maneja el distribuidor.

Los Industriales son aquellos que buscan productos distintos al calzado, entre estos están armadores, rejillas, tapones de vino, tapones de champagne, vasos, entre otros.

3. Promotoría

De varias formas de dar a conocer las suelas, para los distribuidores; se coordina con ellos cada trimestre del año para impulsar las suelas. Se contrata personal femenino y van a los locales previamente autorizados y obsequian suelas, a su vez se aprovecha para sacar promociones como docenas de 13; por cada docena que compra se le regala un par del número que escojan.

Otra manera es con la visita de los vendedores, constantemente se está obsequiando muestras de colores, aromas y diseños nuevos en suela. Así mismo se elabora distintos zapatos usando las suelas de la compañía para que el zapatero tenga una mejor visión del producto que se ofrece.

En ambos casos se realiza un seguimiento por parte del departamento de ventas para verificar que se esté realizando un buen trabajo y que las muestras hayan sido satisfactorias.

4. Toma de pedidos

Este proceso tiene tres formas de ser realizado: por la visita de los vendedores, vía telefónica y vía mensajería electrónica.

Cuando los vendedores hacen sus visitas de promoción también recogen pedidos de los clientes y aprovechan esa gestión para el incentivo en nuevas suelas. El departamento de ventas también se encarga de llamar a los clientes para solicitar pedidos o a su vez los clientes llaman. Aprovechando la tecnología la empresa recibe pedidos vía correo electrónico, mensajería de texto y whatsapp.

Una vez llena la hoja de pedidos, se la entregan al departamento de crédito y cobranzas para que apruebe el pedido, se verifica cumplimiento en pagos si es a crédito o si está realizado el depósito si es de contado.

5. Despacho

Con el pedido autorizado, bodega verifica existencia en el sistema y procede a empaquetar los pedidos. Cada saco o cartón (según sea el pedido) va cocido o

sellado y escrito en una leyenda el nombre del cliente, la fecha, el contenido, el peso y el número de bulto. Luego se zonifica, se arma la ruta y embarca la mercadería en el camión y se va a su despacho.

Si no hay existencia se elabora un requerimiento de producto para que el departamento de producción fabrique y luego mediante un ingreso a bodega se pueda despachar.

Una vez descrito el proceso actual, se debe considerar el siguiente factor de análisis, y es los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los 19 clientes de suelas de sandalias de alto costo.

La crisis económica por la que se atraviesa actualmente afecta a todos los sectores, la industria del calzado no es la excepción. En la investigación realizada se obtuvo que la mayor parte de los zapateros han reducido considerablemente sus ventas y solo el 11% manifestó que están igual; sus clientes siguen siendo los mismos y no ha bajado su producción, pero tampoco ha aumentado. Este tipo de clientes son los que se dedican a la venta de por mayor y menor de calzado siendo su taller, el local también para vender.

Cerca del total de la población (95%) se siente satisfecha con los productos que ofrece para la venta la empresa. Solo el 5% que equivale a una persona se sintió no beneficiada, esto se debe a que el necesita que las suelas vengan con más accesorios y diferentes tipos de materiales, su mercado es el de los niños y niñas; es por eso que solicita se le fabriquen suelas con luces y materiales no tóxicos para los niños.

Se obtuvieron dos quejas importantes en las fases de comercialización, la primera radica en la falta de comunicación al momento de la toma de pedido, y le llega atrasado, la otra observación encontrada es el asunto del horario de entrega, ya que algunos clientes se encuentran un poco alejados de la ruta de transporte y siempre son los últimos en ser despachados, algunas veces sus empleados ya han terminado su labor del día y les toca a ellos recibir la mercadería. El 84% de la clientela se siente muy a gusto con todo el proceso.

Respecto a la logística de la empresa, solo el 16% tuvo observación sobre este tema, indicaron que el proceso es entorpecedor, las quejas fueron sobre los bultos muy grandes y pesados, la falta de una lista de empaque y sobre el embalaje individual de las suelas. La gran parte de los zapateros entrevistados (84%) se siente favorecido por la logística implementada por la compañía.

Una de las preguntas realizadas, iba enfocada a la personalización de la suela de la sandalia, el 79% de la población entrevistada está dispuesta a adquirir un producto

totalmente exclusivo, escogiendo su propio diseño y color, invirtiendo una cantidad no muy elevada. Los que manifestaron no desear una suela personalizada indicaron que están atravesando un momento de crisis por lo tanto no están en condiciones de invertir, esto equivale al 21%.

Considerando los resultados obtenidos en la investigación, para realizar una estrategia de comercialización que se adapte a la necesidad de la compañía, se propone dividir el proceso de comercialización en 3 fases claramente descritas a continuación.

Fase 0 – Moldes y diseños

Se la ha denominado “Fase 0” porque es un proceso que no se genera a diario, sino se espera ocurra una o dos veces al año por cliente. Se seguirá asistiendo a ferias para obtener las tendencias del mercado global.

En esta fase la herramienta de “Consumidor o Cliente” se aplica de manera completa beneficiosa para evolucionar en el mercado. También se aplica la herramienta de “Costo” debido a que se da a conocer que el precio que va a pagar por la suela lo beneficia enormemente porque a su producto final le puede sacar un mejor precio ya que será un ítem único.

Para los moldes exclusivos se mostrará a los clientes los diferentes diseños que se ha traído. Luego conjuntamente con un diseñador (externo) pagado por la compañía se elabora un modelo al gusto del cliente.

Mediante un contrato se establecerá las condiciones para tener la exclusividad, se le cobrará un derecho de modelo, que será muy inferior a la adquisición de toda la serie de moldes (series según tallas del 34 al 39 o si es de niños del 17 al 33), habrá que cumplir pedidos mínimos al año para continuar con la exclusividad. Este contrato tendrá duración de un año, el cual podrá ser renovado sin tener que pagar el derecho de modelo. Si se incumple alguna condición PLASMETAL está en el derecho de vender la suela a terceras personas.

Figura 2. Modelo exclusivo



Fuente: Autor

Elaborado por: Autor

Con los moldes compartidos se escogerá de las suelas traídas de feria un modelo base, que sea sencillo para que se ajuste a la necesidad de varias personas, este diseño tendrá un espacio en donde se pueda colocar la marca de los distintos clientes. Esto se hará por medio de piezas intercambiables que se ensamblará en el molde, similar a un lego, y al momento de fábrica la suela saldrá directamente con su marca.

Se elaborará un contrato en donde se especifique que la suela será destinada a varias personas que compartan un similar target de clientes, en donde regularemos el precio de venta para garantizar una competencia leal. El costo del molde y de las piezas intercambiables lo asumirá PLASMETAL.

Figura 3. Molde con pieza intercambiable



Fuente: Autor

Elaborado por: Autor

Se crea en este nicho de mercado como estrategia de venta la necesidad de marcar diferencia entre los zapateros. Ya que teniendo suelas con sus marcas muy difícilmente le podrán copiar sus modelos y le da un valor agregado a su calzado.

Figura 4. Diseño Compartido



Fuente: Plasmetal
Elaborado por: Autor

Fase 1 – Coordinación de pedidos

Se implementará a los vendedores el módulo de inventario que posee el sistema contable de la empresa, también se lo instalara en la Tablet que poseen, para que de manera remota puedan verificar stock, y siendo el caso separar mercadería para que no se crucen con otros pedidos. Esto también se hará con las secretarias que receptan pedidos vía telefónica o electrónica.

Las TICs¹ son unas de las herramientas fundamentales para la comercialización de los productos, agilitan los procesos y favorecen al logro de la eficiencia.

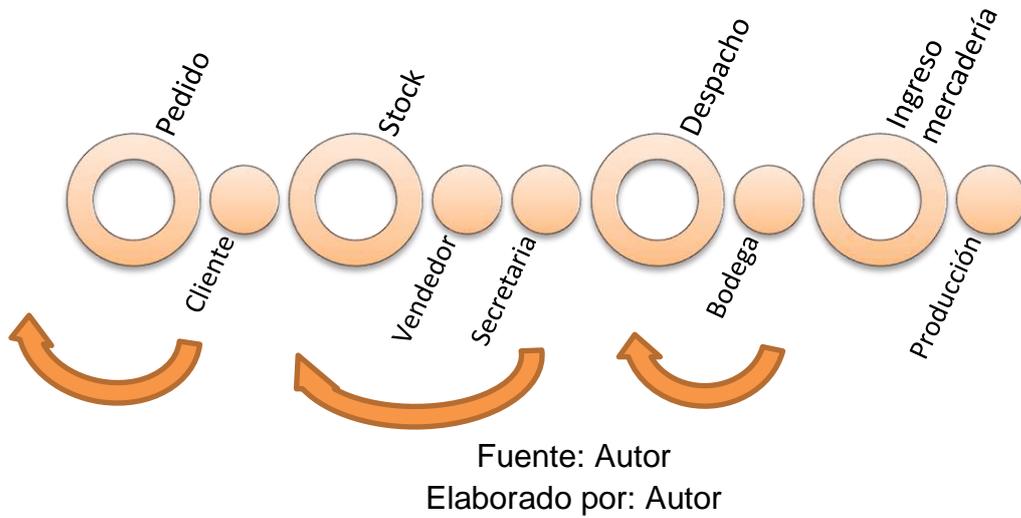
Ambas partes deberán coordinar con bodega la fecha de despacho y devolver la llamada al cliente indicándoles la fecha de entrega, esta retroalimentación se exigirá en todos los casos sin excepción alguna. Así mismo en las llamadas deberán preguntar la urgencia de su pedido para poder darle prioridad. Como política de la empresa existe la regla de los tres días. Esto es que cualquier pedido que ingrese a bodega deberá ser despachado en un máximo de tres días, esto se da cuando no tiene stock y debe mandar a producir; aunque hasta el momento no ha habido mayor inconveniente, se implementará la retroalimentación con producción para que ellos traten de cumplir antes del plazo establecido.

En esta fase también se le consultará al cliente si tiene algún requerimiento especial sobre el empaque y embalaje del producto. Este proceso no solo se lo pondrá en marcha con el nicho de mercado que se está investigando sino será establecido de manera global en la compañía.

Se solucionará el inconveniente que hay con la comunicación con el cliente por parte del despacho del producto, así mismo los requerimientos especiales de cada uno para afianzarlos con la empresa, se cumplirá con cada idea del cliente.

¹ Tecnologías de la información y comunicación

Figura 5. Coordinación de pedidos



Fase 2 – Coordinación de despacho

Una vez receptado el pedido se verificará las necesidades especiales de los clientes en cuanto a empaque. Se estandarizará los bultos, esto no serán mayores a 25 kg para que puedan ser fácilmente manipulados por una sola persona.

Los clientes que soliciten una lista de empaque adicional a la expuesta en el bulto, se lo enviará vía electrónica e impresa dentro de un sobre en el saco o cartón.

El jefe de bodega elaborará una ruta, en coordinación con los clientes que por su ubicación geográfica están lejos del recorrido habitual de despacho, para favorecer a todos los clientes y si es necesario el camión saldrá dos veces al día (medio día y tarde); por lo regular el camión una sola vez en la tarde. La herramienta de conveniencia nos ayuda a generar la ruta adecuada para satisfacer las necesidades de cada cliente.

Figura 6. Despacho



Fuente: Autor
Elaborado por: Autor

Fase 3 – Feedback

La gerente de ventas se encargará de visitar a clientes y /o llamarlos por teléfono un día por semana y confirmar que todo esté de acuerdo a sus requerimientos, así mismo verificar alguna necesidad extra que se pueda suplir.

Figura 7. Feedback



Fuente: Autor
Elaborado por: Autor

Nuevamente presente la herramienta de comunicación, sin lugar a duda es fundamental en todo proceso.

Se escogió a la gerente de ventas para que realice esta fase debido a la gran expectativa y afianzamiento que genera la llamada de un alto directivo de la empresa, lo hace sentir muy importante al cliente.

Conclusiones

Luego del análisis de la investigación realizada se concluye que las herramientas de comercialización serán de mucha utilidad vinculando los conceptos de las “4cs”:

Los datos obtenidos en la investigación son de total confianza y muestra la realidad de la situación actual. Los zapateros necesitan tener un plus en su calzado, los productos que ofrece la compañía PLASMETAL son de excelente calidad y esto los beneficia; pero no es suficiente al momento de marcar diferencia con los

competidores se necesita ser únicos. Por eso el producto exclusivo que se plantea en este proyecto tuvo muy buena acogida.

Los clientes en general tiene una buena imagen de PLASMETAL esto beneficia al momento de la decisión de compra de los clientes. El molde compartido que se propone es una salida económica para la diferenciación; aunque no tuvo tanta acogida como la exclusividad si es un tema considerable para implementar.

Es así que la propuesta de estrategia de comercialización favorecerá al logro de la eficiencia.

Recomendaciones

Se debería implementar las fases de la estrategia de comercialización como políticas de la empresa. Para que cada uno de sus colaboradores se comprometa enteramente en todo el proceso y se pueda ser constante; de esta manera la calidad del procedimiento no decae sino que mejora y favorece al logro de la eficiencia. Siempre debe haber un filtro en cada una de las fases, esto es adicional a todas las verificaciones que se realizan en cada proceso.

Los datos obtenidos en esta investigación deben de ser actualizando periódicamente para estar en la vanguardia y siempre poder innovar, trabajar conjuntamente con el cliente para poder suplir sus necesidades de manera eficiente para cada vez afianzarlos más.

Bibliografía

Artal Castells, M. (2007). Dirección de ventas. Madrid: Esic.

Burgos, W. (1 de Mayo de 2012). Nichos mercados 7. Obtenido de <https://nichosmercados7.wordpress.com/2012/05/01/nichos-de-mercados-caracteristicas-distintivas/>

Hernández Garnica, C., & Maubert Viveros, C. A. (2012). Mercadotecnia. Mexico: Editorial Pearson.

Kotler, P. (2002). Dirección de Marketing Conceptos Esenciales, Primera Edición. Prentice Hall.

Lambin, J. J. (2006). Marketing estratégicos. Madrid: ESIC.

Mankiw, G. (2012). Principios de economía 6ta edición. Mexico: Cengage Learning.

Pride, W., & Ferrel, O. (1996). *MARKETING CONCEPTOS Y ESTRATEGIAS* 9na edición. Colombia: Mc Graw Hill.

Real Academia Española, D. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.a ed.). Madrid, España: Real Academia Española.

Reid, A. L. (1993). *Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones*. Mexico DF: Diana.

Sainz de Vicuña Ancín, J. M. (2005). *Distribución comercial: opciones estratégicas*. Madrid: ESIC.

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de mercadotecnia* 14a. edición. Mexico: Mc Graw Hill.

Ugarte, E., Lopez, I., Miret, S., & Viegas, S. &. (2000). *Comercialización: Sistemas y organizaciones*. Buenos Aires, Argentina: Universidad Tecnológica Nacional.

002. LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y SU INFLUENCIA EN LA ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES MIPYMES EN ECUADOR. CASO PRÁCTICO CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DEL GUAYAS.

Autores:

Ing. César Antonio Bustamante Chong

Magister en Administración de Empresas con mención en Mercadotecnia. Ingeniero en Ciencias Computacionales.

Catedrático a tiempo completo de la Universidad Tecnológica ECOTEC

Catedrático a tiempo parcial de la Carrera Licenciatura en Sistemas de Información Facultad de Ingeniería Industrial, Universidad de Guayaquil

cbustamante@ecotec.edu.ec

Universidad Ecotec, Ecuador

Ec Mariana Bustamante Chong

Magister en Administración Pública. Economista.

Catedrático a tiempo completo de la Universidad Estatal del Sur de Manabí

mariana.bustamante@unesum.edu.ec

Universidad Estatal del Sur de Manabí, Ecuador

Ing. Byron Caamaño Guerrero

Magister en Administración Pública. Ingeniero Comercial

Catedrático a tiempo completo de la Universidad Estatal del Sur de Manabí

byron.caamano@unesum.edu.ec

Universidad Estatal del Sur de Manabí, Ecuador

Dra. Blanca Indacochea Ganchozo Ph.D

Dra. Ciencias Forestales Ph.D. Magister en Agroecología y Agricultura sostenible. Ingeniera Forestal.

Vicerrectora Académica de la Universidad Estatal del Sur de Manabí. Catedrática a tiempo completo de la Universidad Estatal del Sur de Manabí

blanca.indacochea@unesum.edu.ec

Universidad Estatal del Sur de Manabí, Ecuador

RESUMEN:

La presente investigación está enfocada a la aplicación de la inteligencia artificial que crea teorías y modelos que muestran la organización y funcionamiento de una homologación de la inteligencia. Actualmente, el mayor esfuerzo en la búsqueda de la inteligencia artificial se centra en el desarrollo de sistemas de procesamientos de datos que sean capaces de imitar a la inteligencia humana, aplicando estas soluciones a la administración de las organizaciones MiPYMES, se conoce como MiPYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias, en

nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado se destacan en el comercio al por mayor y al por menor, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

La pequeña industria en el Guayas, ha sido identificada como el indiscutible motor de una posible transformación del sector manufacturero nacional, en la actualidad no existen países sub desarrollados, sino insuficientemente administrados y que la principal fuerza hacia ese desarrollo es precisamente la administración, la Cámara de Pequeños Industriales pretende un estudio estructural de determinación de problemas y soluciones que se dieran, reestructurado en un estudio coyuntural que sirva en forma positiva, querer enrumbar el proceso industrial en nuestra región, basada en la inteligencia artificial.

Palabras Claves: inteligencia artificial, sistema de procesamiento de datos, riqueza, empleo, sector manufacturero, MiPYMES, cámara de pequeños industriales.

INTRODUCCIÓN:

Las organizaciones, desde el pasado hasta la actualidad han sido un tema de debate y de evolución; por cuanto se dice existen bases que exponen que el motor del funcionamiento es las relaciones humanas y que estas buscan un “interés propio” para satisfacer sus necesidades; por otro lado también se expone que es una serie de relaciones estructurales entre las diferentes áreas de la organización que actúan con una simbiosis tal, que buscan un “interés estratégico” en base a sus objetivos organizacionales; sin embargo también podemos anotar que es una serie de relaciones de “interés hacia los clientes” que encuentra las mejores estrategias y los más óptimos métodos que son concernientes a la relación directa entre la organización y los clientes. Estas tres relaciones anteriormente expuestas han sido duramente debatidas a lo largo de los años e inclusive se les ha dado un nombre que las engloba (el “capital intelectual” de las organizaciones); sin embargo por otro lado, tenemos estudios muy avanzados en otras ciencias multidisciplinarias, tales como la ciencia de la computación, matemáticas, lógica e inclusive la filosofía; que nos demuestran que cada día se evoluciona desde un concepto a otro, comenzando con la inteligencia artificial (IA), pasando por los programas de cómputo inteligentes, hasta llegar a los sistemas expertos; los cuales emulan el razonamiento de un experto en un campo y dominio específico. De ahí surge la necesidad del estudio de una transdisciplinaria que estudie los fenómenos ocurridos en una organización y su aplicación en un sistema experto sustentado por una IA.

Por otro lado, en la gran mayoría de los países de Latinoamérica, las organizaciones por su tamaño en infraestructura (activos), número de empleados (empleo) y por las ventas que puedan tener en el mercado al cual atienden (ventas); estas tienden a agruparse en Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPYME). Esta misma relación existe aquí en nuestro país, pero en una escala mucho menor; por cuanto en estudios realizados en el 2003, no se apreciaba una clara participación en el Ecuador de este conglomerado de organizaciones; no fue sino hasta el 2010,

en un estudio realizado por (Saavedra) nos permite observar un conglomerado de empresas MiPYME que trabajan un poco sobre la teoría que la inmensa mayoría de ellas son empresas familiares. Estas empresas familiares MiPYME en el país, tienden a ser muy austeras, conservadoras en las inversiones que se puedan realizar sobre todo en lo que se refiere a tecnología y el fomento de la información como generadora de recursos; más bien la gran mayoría tiende a tener un personal especializado para cada una de las actividades generadores de producción, mercadeo, ventas, etc.

Las organizaciones, desde el pasado hasta la actualidad han sido un tema de debate y de evolución; por cuanto se dice existen bases que exponen que el motor del funcionamiento es las relaciones humanas y que estas buscan un “interés propio” para satisfacer sus necesidades; por otro lado también se expone que es una serie de relaciones estructurales entre las diferentes áreas de la organización que actúan con una simbiosis tal, que buscan un “interés estratégico” en base a sus objetivos organizacionales; sin embargo también podemos anotar que es una serie de relaciones de “interés hacia los clientes” que encuentra las mejores estrategias y los más óptimos métodos que son concernientes a la relación directa entre la organización y los clientes. Estas tres relaciones anteriormente expuestas han sido duramente debatidas a lo largo de los años e inclusive se les ha dado un nombre que las engloba (el “capital intelectual” de las organizaciones); sin embargo por otro lado, tenemos estudios muy avanzados en otras ciencias multidisciplinarias, tales como la ciencia de la computación, matemáticas, lógica e inclusive la filosofía; que nos demuestran que cada día se evoluciona desde un concepto a otro, comenzando con la inteligencia artificial (IA), pasando por los programas de cómputo inteligentes, hasta llegar a los sistemas expertos; los cuales emulan el razonamiento de un experto en un campo y dominio específico. De ahí surge la necesidad del estudio de una transdisciplinaria que estudie los fenómenos ocurridos en una organización y su aplicación en un sistema experto sustentado por una IA.

Las organizaciones, desde el pasado hasta la actualidad han sido un tema de debate y de evolución; por cuanto se dice existen bases que exponen que el motor del funcionamiento es las relaciones humanas y que estas buscan un “interés propio” para satisfacer sus necesidades; por otro lado también se expone que es una serie de relaciones estructurales entre las diferentes áreas de la organización que actúan con una simbiosis tal, que buscan un “interés estratégico” en base a sus objetivos organizacionales; sin embargo también podemos anotar que es una serie de relaciones de “interés hacia los clientes” que encuentra las mejores estrategias y los más óptimos métodos que son concernientes a la relación directa entre la organización y los clientes. Estas tres relaciones anteriormente expuestas han sido duramente debatidas a lo largo de los años e inclusive se les ha dado un nombre que las engloba (el “capital intelectual” de las organizaciones); sin embargo por otro lado, tenemos estudios muy avanzados en otras ciencias multidisciplinarias, tales como la ciencia de la computación, matemáticas, lógica e inclusive la filosofía; que

nos demuestran que cada día se evoluciona desde un concepto a otro, comenzando con la inteligencia artificial (IA), pasando por los programas de cómputo inteligentes, hasta llegar a los sistemas expertos; los cuales emulan el razonamiento de un experto en un campo y dominio específico. De ahí surge la necesidad del estudio de una transdisciplinaria que estudie los fenómenos ocurridos en una organización y su aplicación en un sistema experto sustentado por una IA.

Por otro lado, en la gran mayoría de los países de Latinoamérica, las organizaciones por su tamaño en infraestructura (activos), número de empleados (empleo) y por las ventas que puedan tener en el mercado al cual atienden (ventas); estas tienden a agruparse en Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPYME). Esta misma relación existe aquí en nuestro país, pero en una escala mucho menor; por cuanto en estudios realizados en el 2003, no se apreciaba una clara participación en el Ecuador de este conglomerado de organizaciones; no fue sino hasta el 2010, en un estudio realizado por (Saavedra) nos permite observar un conglomerado de empresas MiPYME que trabajan un poco sobre la teoría que la inmensa mayoría de ellas son empresas familiares. Estas empresas familiares MiPYME en el país, tienden a ser muy austeras, conservadoras en las inversiones que se puedan realizar sobre todo en lo que se refiere a tecnología y el fomento de la información como generadora de recursos; más bien la gran mayoría tiende a tener un personal especializado para cada una de las actividades generadores de producción, mercadeo, ventas, etc.

La Inteligencia Artificial es una combinación de la ciencias del computador, fisiología y filosofía, tan general y amplio como eso, es que reúne varios campos (robótica, sistemas expertos, por ejemplo), todos los cuales tienen en común la creación de máquinas que puedan “pensar”.

La idea de construir una máquina que pueda ejecutar tareas percibidas como requerimientos de inteligencia humana es un atractivo. Las tareas que han sido estudiadas desde este punto de vista incluyen juegos, traducción de idiomas, comprensión de idiomas, diagnóstico de fallas, robótica, suministro de asesoría experta en diversos temas.

Se considera que la gerencia empresarial en nuestros días puede estar muy apoyada en las nuevas tecnologías, como es la inteligencia artificial ya sea como soporte para una toma de decisiones más eficaz o en la ayuda de labores, tareas, que exijan gran demanda de tiempo o representen un alto grado de peligrosidad al ser humano.

La Inteligencia Artificial comenzó como el resultado de la investigación en psicología cognitiva y lógica matemática. Se ha enfocado sobre la explicación del trabajo mental y construcción de algoritmos de solución a problemas de propósito general. Punto de vista que favorece la abstracción y la generalidad.

Este estudio, le permitirá a las organizaciones tener otro enfoque en cuanto a la administración; mediante el uso de tecnologías y modelos predictivos y de

autorregulación; y reconocerán que el capital intelectual de una organización, en forma especial de las MiPYME, se puede sustentar, controlar y auto-regularse mediante las mejores prácticas y la implementación de un sistema experto aplicando reglas de una IE genérica.

Entonces, el objetivo central de esta investigación es “analizar la influencia de la inteligencia artificial a través de un sistema experto en la administración de las organizaciones MiPYMES en Ecuador. Caso práctico cámara de la pequeña industria del Guayas para perfeccionarlas y aplicarlas adecuadamente; y, con ello determinar la importancia y establecer el papel que se le da a la inteligencia artificial, en la solución de problemas y en el análisis del objeto de estudio de las organizaciones, en el proceso administrativo, las técnicas y los instrumentos utilizados, se ciñeron a través de Técnicas de observación y se elaboraron para observar el comportamiento de los representantes de Cámara de la pequeña industria del Guayas, en las encuestas se emplearon cuestionarios dirigidos a representantes de la Cámara de la pequeña industria del Guayas, empleados y autoridades de la Cámara de la pequeña industria del Guayas para saber si las actividades que realizan dichos empleados y autoridades han ayudado en la aplicación de la inteligencia artificial y su influencia en la Administración de las organizaciones MiPYMES, y además conocer las actividades que tienen los empleados para la aplicación de la inteligencia artificial y su influencia en la Administración de las organizaciones MiPYMES.

Después del análisis de los datos obtenidos de las encuestas, aplicadas a representantes de la Cámara de la pequeña industria del Guayas, empleados y autoridades de la Cámara de la pequeña industria del Guayas, se pudo constatar la incidencia de la inteligencia artificial porque existe la exclusión de métodos y técnicas de la inteligencia artificial, no se le da la importancia debida y no se señala el verdadero papel de la inteligencia artificial en la resolución de problemas teóricos y prácticos en el proceso de administración, por lo que resulta indispensable la implantación del Enterprise Resource Planning (ERP), el e-business y las TICS en la administración de las organizaciones MiPYMES caso práctico Cámara de la pequeña industria del Guayas objeto de nuestra investigación.

Se realizaron preguntas abiertas y cerradas, el trabajo de investigación se desarrolló a través de una metodología participativa con la responsabilidad de los investigadores y las unidades de observación, la metodología empleada consto de Método Hermenéutico, Método Analítico Sintético y la Estadística; en este estudio se plantea la hipótesis: “La inteligencia artificial y su influencia en la Administración de las organizaciones MiPYMES en Ecuador que se realiza en la Cámara de la pequeña industria del Guayas limita el desarrollo de la Cámara de la pequeña industria del Guayas. Es así que el fundamento teórico aborda tres temas principales: en el primero se trata el desarrollo de la inteligencia artificial; en el segundo tema se trata de la influencia en la Administración de las organizaciones; el tercer tema es MIPYMES en Ecuador y finalmente un cuarto tema en el cual se hace

referencia a la gestión de la Cámara de la pequeña industria del Guayas la propuesta de esta investigación, fruto de todo el proceso. La conclusión primordial es: Se considera que “la Cámara de la pequeña industria del Guayas realiza una buena labor en la gestión de la inteligencia artificial y claro que esta inteligencia artificial de esta Cámara es insuficiente y necesita actualizarse y ampliarse, para que su influencia en la Administración de las organizaciones MiPYMES en Ecuador sea realmente eficiente. Mientras que la recomendación es: Es preciso que la Cámara de la pequeña industria del Guayas imprima su eficacia en la gestión de La inteligencia artificial su influencia en la Administración de las organizaciones MiPYMES en Ecuador desde el diagnostico hasta la solución de problemas.

DESARROLLO:

La inteligencia artificial se basa en dos áreas de estudio: el cuerpo humano y el ordenador electrónico. Puesto que la meta es copiar la inteligencia humana, es necesario entenderla. Sin embargo, a pesar de todos los progresos en Neurología y Psicología, la inteligencia del hombre se conoce poco, exceptuando sus manifestaciones externas. Muchos estudiosos de la inteligencia artificial se han vuelto para obtener su modelo de inteligencia hacia el estudio de la Psicología cognoscitiva, que aborda la forma de percibir y pensar de los seres humanos. Después comprueban sus teorías programando los ordenadores para simular los procesos cognoscitivos en el modelo. Otros investigadores intentan obtener teorías generales de la inteligencia que sean aplicables a cualquier sistema de inteligencia y no solo al del ser humano.

En la pequeña industria del Guayas la problemática es:

La problemática en la Pequeña Cámara de Comercio del Guayas mediante esta investigación se detectó de la siguiente manera:

- Partiendo de que la inteligencia artificial (IA) es aquella inteligencia exhibida por artefactos creados por humanos, y que además se considera que es la capacidad de un artefacto de realizar los mismos tipos de funciones que caracterizan al pensamiento humano, en nuestro país, nuestras empresas PYMES, caso práctico Cámara de la pequeña industria del Guayas no existe el mecanismo de modelar la inteligencia humana en sistemas computacionales.
- Las PYMES deben segmentar y focalizarse en donde más les convenga. La mejor estrategia para construir una organización competitiva consiste en ayudar a las personas a ser más de lo que son. La industria del conocimiento no requiere gran inversión: el talento es toda su maquinaria; pero hay que cuidarlo. Este elemento, que de alguna manera está presente en la Cámara de la pequeña industria del Guayas motivo de la investigación comprende una situación de toma de decisiones donde la operación fundamental es que

los empresarios tendrán que ser más como los diseñadores, más “maestros de la heurística” que “gerentes de algoritmos.

- La Cámara de la pequeña industria del Guayas carece de las Nuevas Tecnologías, dificultando a los empleados y autoridades hacer uso de las mismas en sus instalaciones.
- Los ordenadores sean capaces de cada vez más cosas desde reconocer el contenido de las imágenes a mantener cortas conversaciones de texto o voz. Estos avances parecen estar destinados a cambiar cómo se utilizan los ordenadores en muchas industrias, pero aún no está claro cómo la Cámara de la pequeña industria del Guayas pasará de etiquetar imágenes a abordar la pobreza y el cambio climático.
- Los sistemas de Información en relación al mundo digital versus las empresas, han sido el soporte de aplicación que auxiliado con eficacia y eficiencia, logrando una efectividad bien ponderada en los resultados de empresa y su toma de decisiones. Es otra limitación de la inteligencia artificial (IA) en gran medida en la Cámara de la pequeña industria del Guayas, según el resultado del pre-diagnostico. El papel que desempeñan los sistemas de información es insuficiente.

Recordando que existen factores endógenos de cada empresa como son baja productividad, falta de control , escaso nivel de conocimiento tecnológico , falta de aportes y financiamientos , el acertado control de logística, distribución y transporte para atención a sus clientes, ausencia de políticas de estado , entre otras, en la Cámara de la pequeña industria del Guayas, se detecta falta de liquidez para apropiarse de sistemas informatizados, combinado con los Sistemas de Información en sus respectivos niveles , reduciendo así los costos de operación y administración.

- En la Cámara de la pequeña industria del Guayas, la inteligencia Artificial no está considerada como una herramienta, por lo tanto, no es para que sus directivos tomen decisiones en forma oportuna y de manera eficiente y la organización sea competitiva frente a la globalización y su entorno.

Este trabajo de investigación se justifica por las siguientes razones:

- La Administración de las organizaciones MiPYMES en Ecuador. Caso práctico Cámara de la pequeña industria del Guayas, por este trabajo investigativo, analiza que la Inteligencia artificial influye positivamente en la institución y al mismo tiempo tiene sus consecuencias negativas, dando lugar desempleo cuando la maquinas con inteligencia artificial puedan suplir en el trabajo al talento humano, es importante se analice desde los dos puntos de vistas, positivo y negativo, unir estos dos y saber cuál tiene más peso en el sistema social actual, llevándonos a la reflexión de si la inteligencia artificial es un avance efectivo o una amenaza para la sociedad.
- Porque es importante la investigación para saber cómo influye en la Cámara de la pequeña industria del Guayas en el contexto nacional, a nivel provincial, local e institucional

- El reconocimiento de cómo influye La Inteligencia Artificial en la Administración de las organizaciones MiPYMES en Ecuador. Caso práctico Cámara de la pequeña industria del Guayas, porque guiará la búsqueda de alternativas que potencialicen un mejor desarrollo de las pequeñas industrias.
- El identificar las limitaciones de la pequeña industria para retroalimentar la inteligencia artificial en la administración de las organizaciones MIPYMES y obtener un mejor beneficio para el consumidor final.

Las hipótesis de esta investigación son:

Hipótesis General:

- La inteligencia artificial y su influencia en la Administración de las organizaciones Mi PYMES en Ecuador que se realiza en la Cámara de la pequeña industria del Guayas limita el desarrollo de la Cámara de la pequeña industria del Guayas.

Hipótesis Específicas:

- La inteligencia artificial que se realiza en la pequeña industria del Guayas, limita el desarrollo de la influencia en la administración de las organizaciones Mipymes en Ecuador.
- Las características de la inteligencia artificial en la pequeña industria del Guayas son tradicionalistas.
- La Administración de las organizaciones MiPYMES en la pequeña industria del Guayas es insuficiente.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

En la actualidad definir el concepto de inteligencia artificial (IA) es muy complejo, pero en la década de los noventa los autores Rich & Knight [1994], Stuart [1996], definían a la IA como la capacidad que tienen las máquinas para realizar tareas que en el momento son realizadas por seres humanos; así como también más autores como Marr [1977], Mompin [1987], Rolston [1992], que en sus definiciones involucran los términos de soluciones a problemas muy complejos. Aunque Nebendah [1988], Delgado [1998], arrojan definiciones más completas y nos manifiestan que es el campo de estudio que se enfoca en la explicación y emulación de la conducta inteligente en función de procesos computacionales basadas en la experiencia y el conocimiento continuo del ambiente.

En el siglo pasado, según Stuart [1996], existían tres paradigmas en cuanto al desarrollo de una IA:

En la actualidad definir el concepto de inteligencia artificial (IA) es muy complejo, pero en la década de los noventa los autores Rich & Knight [1994], Stuart [1996], definían a la IA como la capacidad que tienen las máquinas para realizar

tareas que en el momento son realizadas por seres humanos; así como también más autores como Marr [1977], Mompin [1987], Rolston [1992], que en sus definiciones involucran los términos de soluciones a problemas muy complejos. Aunque Nebendah [1988], Delgado [1998], arrojan definiciones más completas y nos manifiestan que es el campo de estudio que se enfoca en la explicación y emulación de la conducta inteligente en función de procesos computacionales basadas en la experiencia y el conocimiento continuo del ambiente.

En el siglo pasado, según Stuart [1996], existían tres paradigmas en cuanto al desarrollo de una IA:

- Redes Neuronales
- Algoritmos genéticos
- Sistemas de Lógica Difusa
- Agentes de decisión inteligente

Sin embargo en esa época, la restricción era el hardware en la cual se ejecutaban; la velocidad de procesamiento era muy pobre y extremadamente costosa; solo algunas organizaciones incluyendo organizaciones militares de gobierno podían darse ese aparato; en ese entonces también se enunció un término informático que fue la “Ley de Moore”¹ que manifestaba que “la velocidad del procesador o el procesamiento total de las computadoras se duplica cada doce meses”; por lo cual con el paso del tiempo esta restricción pasó a ser una virtud asociada a mejorar el rendimiento de la IA sobre un equipo de procesamiento barato.

Desde el punto de vista de una organización, el legado dejado por Herbert A. Simón como disciplina económica organizacional es muy extenso; puesto que para Simón² la disciplina económica constituía un modo de comprender los aspectos fundamentales del comportamiento y el conocimiento humano (Schwartz, 2002); sus trabajos en estas áreas le permitió en realizar estudios sobre la teoría de las organizaciones de los procesos de toma de decisiones y la solución a problemas que repercuten a procesos de instituciones humanas; lo cual lo lleva a formular un famoso concepto llamado “racionalidad acotada” el cual se opone al clásico concepto del hombre racional, el cual da lugar un comportamiento “satisfactor” y no “maximizador”. Todos estos estudios le condujeron a que en 1978 le concedieran el premio Nobel de Economía por sus “investigaciones sobre la toma de decisiones dentro de las organizaciones” (Herbert, 2001)

¹ Quien la acuñó fue Gordon Moore, cofundador de la empresa Intel, fabricantes de microprocesadores.

² Herbert Alexander Simon; Economista, politólogo y teórico de las ciencias sociales. Simon fue un pionero en la forma que deben tomarse la toma de decisiones en organizaciones económicas complejas; traducido en su obra más celebre “*Administrative Behavior: A Study of Decision-making Process in Administrative Organization (1947)*”

La Inteligencia Artificial trata de conseguir que los ordenadores simulen en cierta manera la inteligencia humana. Se acude a sus técnicas cuando es necesario incorporar en un sistema informático, conocimiento o características propias del ser humano.

Las definiciones de Inteligencia Artificial han evolucionado tal es así que los autores como Rich & Knight (1994), Stuart (1996), quienes definen en forma general la IA como la capacidad que tienen las máquinas para realizar tareas que en el momento son realizadas por seres humanos; otros autores como Nebendah (1988), Delgado (1998), arrojan definiciones más completas y las definen cómo el campo de estudio que se enfoca en la explicación y emulación de la conducta inteligente en función de procesos computacionales basadas en la experiencia y el conocimiento continuo del ambiente.

Hay más autores como Marr (1977), Mompin (1987), Rolston (1992), que en sus definiciones involucran los términos de soluciones a problemas muy complejos. A criterio de los autores las definiciones de Delgado y Nebendan son muy completas, pero sin el apoyo del juicio formado, emocionalidad del ser humano pueden perder peso dichas soluciones, por eso, hay que lograr un ambiente sinérgico entre ambas partes para mayor efectividad de soluciones.

En la actualidad Laundon, K. & Laundon, J[2](2004), definen a la Inteligencia Artificial como el esfuerzo de desarrollar sistemas basados en computadora que se pueden comportar como los humanos con la capacidad de aprender lenguajes naturales, efectuar tareas físicas coordinadas, utilizar un aparato perceptor y de emular la experiencia y la toma de decisiones.

INFLUENCIA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

En el momento actual la Inteligencia Artificial se aplica a numerosas actividades humanas, y como líneas de investigación más explotadas destacan el razonamiento lógico, la traducción automática y comprensión del lenguaje natural, la robótica, la visión artificial y, especialmente, las técnicas de aprendizaje y de ingeniería del conocimiento. Estas dos últimas ramas son las más directamente aplicables al campo de las finanzas pues, desde el punto de vista de los negocios, lo que interesa es construir sistemas que incorporen conocimiento y, de esta manera, sirvan de ayuda a los procesos de toma de decisiones en el ámbito de la gestión empresarial.

En el ámbito específico del Análisis Contable, según Ponte, Sierra, Molina y Bonsón (1996) la Inteligencia Artificial constituye una de las líneas de actuación futura más prometedoras, con posibilidades de aplicación tanto en el ámbito de la investigación como en el diseño de sistemas de información inteligentes, que no solamente proporcionen datos al decisor sino que recomienden el mejor curso de actuación a seguir.

De entre todos los paradigmas y estrategias de la Inteligencia Artificial, actualmente dos tienen el mayor interés para las aplicaciones en la empresa: los sistemas expertos y las redes neuronales artificiales. Estos sistemas se pueden combinar, por lo que una solución práctica es utilizar sistemas mixtos que incorporan un módulo de sistema experto con sus reglas junto a otros módulos neuronales y estadísticos.

POSICIÓN DE LAS MiPYMES EN ECUADOR

En Ecuador, de acuerdo a su tamaño, las empresas tienen las categorías siguientes:

Microempresas: emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares.

Talleres artesanales: se caracterizan por tener una labor manual, con no más de 20 operarios y un capital fijo de 27 mil dólares.

Pequeña Industria: puede tener hasta 50 obreros

Mediana Industria: alberga de 50 a 99 obreros, y el capital fijo no debe sobrepasar de 120 mil dólares.

Grandes Empresas: son aquellas que tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos

El estudio de las pequeñas empresas en Ecuador parte de una conceptualización de pequeñas empresas según la ley, para luego profundizar en el estudio en concepciones científicas, como criterios y objetivos esgrimidos por parte de representantes de las instituciones, que viven y se desarrollan en el que hacer industrial y que, bajo su responsabilidad, orientación y dirección, canalizan el proceso pequeño industrial ecuatoriano.

Al igual que la gran industria, tiene un instrumento jurídico que motiva a personas naturales, jurídicas, nacionales, extranjeras o mixtas, al realizar inversiones en el Ecuador. De ahí que partiremos acudiendo a la ley la cual conceptualiza, así: "Se considera pequeña industria a la que con predominio de la operación de la maquinaria sobre la manual, se dedique a actividades de transformación inclusive de forma, de materia prima o de producto semi-elaborado en artículos finales o intermedios y siempre que su activo fijo excluyéndose terrenos y edificios, no sean mayor de \$.50'000.000"

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos.

El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del

sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente.

Por regla general, las empresas textiles ecuatorianas concentraron la mayor parte de sus ventas en el mercado local, aunque siempre ha existido vocación exportadora. A partir de la década de los 90, las exportaciones textiles fueron incrementándose, salvo por algunas caídas en los años 1998 y 1999.

En el año 2000, momento en el que Ecuador adoptó la dolarización, se produce un incremento de las exportaciones del 8,14% con relación a las de 1999, lo que marca una tendencia que empezó a ser normal durante este nuevo milenio; únicamente en el 2002 se produce una disminución de las exportaciones textiles, rápidamente recuperada en los siguientes dos años, llegando a exportar cerca de 90 millones de dólares en el 2004, superando el pico más alto en los últimos 10 años (1997 – 82 millones de dólares exportados).

La pequeña industria nació de la artesanía, las mismas que se fueron convirtiendo en pequeñas industrias; y en cuanto al capital, fue en un inicio de propiedad individual, pasando luego a sociedades de hecho de tipo familiar; y, posteriormente sociedades de derecho, a través de una asociación de pequeños capitales, en este tipo de sociedades, por tanto. "Se observa en forma objetiva como se fue desarrollando y consolidando el proceso de industrialización, que nace vinculada en las ampliaciones de la actividad artesanal, agrícola, y comercial.

La tecnología que emplea es obsoleta y por consiguiente la productividad es baja. Aquellas empresas que utilizan cierto tipo de maquinaria las tienen subutilizadas por desconocimiento de procesos técnicos racionalizados de producción.

Cuando las empresas crecen, su gerente propietario tiene que deslindarse un tanto de la producción, se dedica la mayor parte de su tiempo a la administración de su negocio pequeño, tiene varios obreros y con frecuencia un contra maestro quien se encarga de la producción"

CAMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DEL GUAYAS

Es importante y todos conocemos que en la actualidad no existen países sub desarrollados, sino insuficientemente administrados y que la principal fuerza hacia ese desarrollo es precisamente la administración.

La Pequeña Industria en el Guayas, ha sido identificada como el indiscutible motor de una posible transformación del sector manufacturero nacional.

El antecedente fundamental es el tratar de dar lineamientos y recomendaciones a los problemas que se presentan en el contexto de la pequeña industria en el Guayas, pretende ser un diagnóstico general, así como un intento de dar los correctivos adecuados en su funcionamiento, en tal virtud como la Cámara de Pequeños Industriales y sus organismos: Administrativo, Técnico y Operativo

pretendemos un estudio estructural de determinación de problemas y soluciones que se dieran y reestructurarlo en un estudio coyuntural que sirva en forma positiva querer enrumbar el proceso industrial en la región del Guayas

La Provincia del Guayas es una de las que tiene un elevado porcentaje de crecimiento en cuanto al incremento de pequeñas industrias y esto quizá se debe a que el Guayas no es una provincia agrícola teniendo por lo tanto que dedicarse a la industrialización y a la mineralogía, pero esto a largo plazo siendo la industrialización inmediata.

Según informes de la Cámara de Pequeños Industriales del Guayas, se tiene que han existido desde 1973 un intento de implantar 900 industrias, y al momento tan solo existen 560 pequeñas industrias que realmente están en funcionamiento.

El crecimiento de la pequeña industria en el Guayas resulta ser un tanto curioso y dispar en virtud de que según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, en la Provincia del Guayas se desarrollan las nueve ramas de actividad, situación que provoca un crecimiento desorganizado, no armónico, porque el gobierno no ha tenido una coherencia en su planificación con las medidas que se toman.

Siendo las Pequeñas Empresas entes activos, productivos o dicho en otras palabras unidas de producción debemos mirar su implicación social y el rol que deben desempeñar dentro de la economía ecuatoriana, en tanto en cuanto en generadora de empleo, beneficiaria de adecuadas políticas salariales, evita el subempleo y el desempleo y da accesos a nuevas formas de consumo, provocando así la satisfacción de necesidades mediatas e inmediatas.

La pequeña industria y Artesanía "son dos campos totalmente diferentes. Se podría decir que la artesanía es en comienzo y hasta cierto punto la pequeña industria es el fin. Lo que no podemos pensar en forma categórica que la artesanía es el principio de la pequeña industria, ni tampoco pensar que todo artesano debe pasar a pequeño industrial y peor aún que todo pequeño industrial deba pasar a la mediana y gran industria.

Tanto la Artesanía, Pequeña Industria, Mediana y Gran Industria, tienen sus propios problemas los mismos que tendrán sus propias soluciones, sean de tipo económico, como legal. Teniendo el Estado la obligatoriedad de dar leyes o normas adecuadas y propias para el crecimiento y desarrollo de la artesanía, pequeña industria y gran industria dentro del sector.

En cuanto tiene que ver con calificación de mano de obra y conscientes de que una de las mejores inversiones que puede realizar el pequeño industrial es mejorar la calidad de mano de obra. Valoraremos la actividad

de instituciones públicas (SECAP) y privadas que han incidido en un mejoramiento técnico de los diferentes niveles jerárquicos y a través de los diferentes modos de formación sean estos aprendizaje, capacitación de adultos y entrenamiento dentro de la artesanía.

Según el documento planteamiento y políticas para el desarrollo del SECAP dice: "Mediante la formación profesional en las unidades productivas Industriales, Agroindustriales y de Comercio y Servicio; cuyo logro aporta a fomentar aquellas ramas productivas que empleen un alto porcentaje de mano de obra. Por lo tanto la formación profesional que imparte el SECAP debe ser parte integral de una política de empleo que canalice la fuerza de trabajo hacia aquellas actividades productivas con mayores potencialidades de expansión capaces de incrementar permanentemente los niveles de ingresos de la población ocupada.

La Pequeña industria nació de la artesanía, las mismas que se fueron convirtiendo en Pequeña Industria; y en cuanto al capital, fue en un inicio de propiedad individual, pasando luego a sociedades de hecho de tipo familiar; y, posteriormente sociedades de derecho, a través de una asociación de pequeños capitales, en este tipo de sociedades, por tanto. "Se observa en forma objetiva como se fue desarrollando y consolidando el proceso de industrialización, que nace vinculada en las ampliaciones de la actividad artesanal, agrícola, y comercial. Como una derivación de este incremento del quehacer económico, se diversifica la demanda con requerimiento de productos fabriles cuando a su vez, la oferta correspondiente sobre todo de bienes que satisfacen necesidades básicas.

ENTERPRISE RESOURCE PLANNING

El Enterprise Resource Planning (ERP) son sistemas de gestión de información que automatizan muchas de las prácticas de negocio asociadas con los aspectos operativos o productivos de una empresa.

Los objetivos principales de los sistemas ERP son:

La optimización de los procesos empresariales, el acceso a la información, Posibilidad de compartir información entre todos los componentes de la Organización y la Eliminación de datos y operaciones innecesarias de reingeniería.

EL E-BUSINESS

Generalmente llamado negocio electrónico, y según Hartman et al (2000), citado en Ramos (2004), es cualquier iniciativa en Internet que transforma las relaciones de negocio, sean éstas, relaciones business-to-business, business-to-customer, intraempresariales o entre dos consumidores. El e-business es una nueva manera de gestionar las eficiencias, la velocidad, la innovación y la creación nuevo

valor en una empresa, así como a la nueva configuración descentralizada de las organizaciones y su adaptación a las características de la nueva economía

LAS TICS

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación han transformado nuestra manera de trabajar y gestionar recursos. Las TIC son un elemento clave para hacer que nuestro trabajo sea más productivo: agilizando las comunicaciones, sustentando el trabajo en equipo, gestionando las existencias, realizando análisis financieros, y promocionando nuestros productos en el mercado.

El correo electrónico nos permite enviar todo tipo de información y comunicados a nuestros clientes. Podemos enviarles un catálogo de productos, una felicitación de navidad o un boletín de noticias, sin prácticamente ningún coste. Las TIC lo hacen posible.

CONCLUSIONES:

La Inteligencia Artificial es una de las áreas que causa mayor expectación, incluso dentro de la sociedad en general, debido a que la búsqueda para comprender los mecanismos de la inteligencia, ha sido la piedra filosofal del trabajo de muchos científicos por muchos años y lo sigue siendo, este avance tecnológico puede traer graves consecuencias como el desempleo, la veneración y el sometimiento por parte del humano, la polémica desarrollada, resulta importante en la reflexión acerca del mundo tecnológico globalizado de hoy y deja además de los supuestos anteriores, una idea clara y un poco fatalista pero real.

Dentro del ámbito de las Ciencias de la Computación la Inteligencia Artificial es una de las áreas que causa mayor expectación, incluso dentro de la sociedad en general, debido a que la búsqueda para comprender los mecanismos de la inteligencia, ha sido la piedra filosofal del trabajo de muchos científicos por muchos años y lo sigue siendo.

Los métodos tradicionales en Inteligencia Artificial que permitieron el desarrollo de los primeros sistemas expertos y otras aplicaciones, ha ido de la mano de los avances tecnológicos y las fronteras se han ido expandiendo constantemente cada vez que un logro, considerado imposible en su momento, se vuelve posible gracias a los avances en todo el mundo, generando incluso una nueva mentalidad de trabajo que no reconoce fronteras físicas ni políticas. Se entiende como un esfuerzo común.

Las PYMEs en Ecuador poseen un enorme potencial para generar producción, empleo e ingresos, si el sector recibiera el suficiente apoyo de las

instituciones oficiales y de las organizaciones de asistencia técnica internacional, tiene muchas condiciones para constituirse en el motor del desarrollo y tener mayor participación de producir para el mercado internacional.

El comercio ecuatoriano, pese a ciertos cambios cualitativos y cuantitativos, no ha podido adquirir autonomía y desarrollo, y modificar su antigua estructura. Sigue dependiendo de tres productos primarios: petróleo, banano y camarón, cuyo valor agregado es bastante limitado, además de que su comercio está sujeto a la voluntad de los monopolios y políticas comerciales externas.

Cualquier cambio en la demanda de estos productos puede implicar graves desequilibrios económicos.

Las PYMES ecuatorianas, por falta de información, asistencia técnica, crédito y modernización de los organismos oficiales, no ha podido expandir sus productos para el mercado internacional.

Si bien el Gobierno y la CORPEI han efectuado una serie de actividades y proyecto en beneficio de este sector, estos no han sido suficientes ni han logrado los resultados previstos.

La insuficiente competitividad de las PYMEs de ventas al por menor en la cámara de la pequeña industria del Guayas constituye un problema social que frena el desarrollo de las mismas y con ello el de la propia sociedad.

Las restricciones relacionadas con el bajo enfoque al cliente, la falta de cooperación, las limitaciones financieras, la baja cultura empresarial así como la escasa utilización de las TICs , entre otros factores limitan el desarrollo de las PYMEs estudiadas en la cámara de pequeña industria del Guayas

La tarea de fortalecer la competitividad de las PYMEs de ventas al por menor impone en particular un enfoque integrador de colaboración y aprendizaje sistemático por parte de los actores de la localidad, ya sea el estado, las empresas y las entidades intermediarias.

Se considera que la Cámara de la pequeña industria del Guayas realiza una buena labor en la gestión de la inteligencia artificial y claro que esta inteligencia artificial de esta Cámara es insuficiente y necesita actualizarse y ampliarse, para que su influencia en la Administración de las organizaciones MiPYMES en Ecuador sea realmente eficiente.

BIBLIOGRAFIA

Biasca, Rodolfo "Performance Management, los 10 pasos para construirlo
Burghart, J.H. (Octubre de 1998) "Desing of a course in artificial intelligence and expert systems" IEE digital Library [online database]. Proceedings of the Frontiers in Education Conference. (Consultada el 9 de mayo de 2005).

Chan, Nicholas. "Information Dissemination and Aggregation in Asset Markets with Simple Intelligent Traders", MIT, Septiembre 1998, Massachusetts Institute of technology

CIDEIBER (2008). Venezuela – Actividades del sector secundario – Las industrias manufactureras. Disponible: <http://www.Cideiber.com> Consulta 17-03-2011.

Comisión de las comunidades europeas (2003): "Algunas cuestiones clave de la competitividad en Europa: hacia un enfoque integrado". Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo. COM(2003) 74 final. Bruselas, 21 de Noviembre de 2003.

Dean, Thomas (Diciembre de 1996) "Strategic Directions on Artificial Intelligence" ACM Computing Surveys, ACM Digital Library [electronic resource]. (Consultada el 12 de Mayo de 2005).

Díaz D., Mario E. (2001). PYMEs exitosas: un reto para la profesión contable. XXIV Conferencia Interamericana de Contabilidad. Nuevos Horizontes para la profesión contable. Tema 5.2 Factores de éxito de las denominadas Pequeñas y Medianas Godoy De M., Elsy (2000). El desarrollo Gerencial y sus estrategias ante el proceso de globalización en las pequeñas y medianas empresas del Estado Lara. Tesis Doctoral no publicada. Universidad Beloso Chacín.

García Vega, Angelica "La inteligencia artificial en los negocios". Febrero 2002, Universidad de Veracruz

Hightower, James K. (1985) "Tutorial on artificial intelligence". ACM Digital Library [electronic resource]. Proceedings of the 17th conference on winter simulation. (Consultada el 12 de Mayo de 2005)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Ecuador. Julio 2012.

Ing. Roberto Hidalgo. INSOTEC. Ponencia en el Congreso de la Pequeña Industria. Agosto 2001

Kingsbery, James. "Economics and Artificial Intelligence" Economics and Artificial Intelligence, Abril 2005, AI depot

Kumar, Vinay. "Learning based approach to estimation of morphable model parameters", MIT, Septiembre de 2000, Massachusetts Institute of technology

Lane, Kenneth M. (Marzo de 1995) "Neural networks from idea to implementation". ACM Digital [online resource]. (Consultada el 12 de Mayo de 2005).

PELÍCULAS:

PROYAS, Alex. *Yo, robot*. Twentieth century fox. Estados Unidos, 2004

SPIELBERG, Steven. *Inteligencia Artificial*. Estado Unidos, 2001

Punt, Michael (Noviembre 2002) "A taxi ride to late capitalism: Hypercapitalism, Imagination and artificial intelligence" ACM Digital Library [electronic resource]. (Consultada el 12 de Mayo de 2005).

Ramos, R.R. (2001). Modelos de evaluación de la Competitividad Internacional: Una aplicación empírica al caso de las Islas Canarias. Universidad las Palmas de Gran Canaria. Tesis para obtener el grado de Doctor en Ciencias Económicas.

Reese Hedberg, Sara (Agosto 1996) "AI Toold for Business Process Modeling". Executive Inside. IEEE digital Library [online database], (Consultada el 08 de Mayo del 2004)

Revista Gestión. Varias artículos sobre Sector Externo

Banco Central. Boletín 1791. Información Estadística. Mayo 2001

Roque Moranchel, Silvia "La inteligencia de Negocios". Marzo de 2001

SERRANO Y SÁNCHEZ. "Subportal de inteligencia artificial" en <http://ciberconta.unizar.es/docencia/intelig/>. Universidad de Zaragoza, 2004

WILSON, Daniel. *How to survive a robot uprising*. Estados Unidos. Universidad Carnegie. 2005

Sviokla, Jhon (Octubre 1986) " Business Implications of knowledge based systems" ACM Digital Library [online resource]. (Consultada el 09 de Mayo de 2005).

Tafti, Mohammed (1990) "Trends and Direction in Experts Systems". ACM Digital Library [online resource]. Proceedings of the 1990 ACM SIGBDP conference on Trends and directions in experts systems. (Consultada el 12 de Mayo de 2005).

Wellman, Michael P. (Diciembre de 1996) "The economic approach to artificial intelligence" ACM Computing Surveys. ACM Digital Library [electronic resource]. (Consultada 12 de Mayo de 2005).

Widrow, Bernard & Rumelhart, David E. & Lehr Michael A. (Marzo de 1994) "Neural Networks: applications in industry, business and science". ACM Digital Library [online resource]. (Consultada el 12 de Mayo de 2005).

Wong, Kit Po (Diciembre 1993), "Artificial intelligence and neural network applications in power systems", IEEE digital Library [online database], (Consultada el 08 de Mayo del 2004)

Wu, Xindong (Septiembre de 2004). "Data mining: artificial intelligence in data analysis". IEEE digital Library [online database]. Proceedings of the International Conference on Intelligent Agent Technology 2004.

ZACCAGNINI, J. L., ALONSO, G. y CABALLERO, A.: "Inteligencia artificial de innovación prometedor a realidad práctica". En *Partida Doble*, n°. 29, diciembre, 1992, pp. 22-30.

003. INNOVACIÓN – EMPRENDIMIENTO Y COMPETITIVIDAD EN MICROEMPRESAS DEL CANTÓN QUEVEDO.

Autores:

MSc. Cadena Miranda Diana Isabel

Master, Docente de la Unidad de Admisión de la Universidad Estatal Técnica de Quevedo, Quevedo, Ecuador

dianaisabelcadenamiranda@gmail.com

MSc. Macías España Galo Henry

PhD. Boza Valle Jhon Alejandro

jboza@uteq.edu.ec

MSc. Tachong Alenscastro Laura

MSc. Escobar Terán Harold

Master, Docentes de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador,

Vera Briones Margarita

Estudiante, Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador, Facultad de Ciencias Empresariales último semestre

mariuximbri.vera@uteq.edu.ec

RESUMEN

En la actualidad el Ecuador cuenta con políticas públicas encaminadas al desarrollo de emprendimientos, a fin de mitigar en parte las necesidades económicas, mejora de instancias sociales y culturales, a través del impulso del desarrollo endógeno; desde diferentes aristas intenta paliar las necesidades con la búsqueda de oportunidades, en el proceso de creación de una cultura de emprendimiento con innovación, siendo un salto cualitativo, incidiendo en el proceso de transformación de la matriz productiva, es el cambio de paradigma de la economía de la extracción por la del conocimiento, otro de los aspectos que se analiza es la de los recursos limitados, situación que se convierte en el reto del país a solucionarlo, mediante sistemas de emprendimientos; la globalización exige procesos modernos a bajo costo, además de un nivel tecnológico adecuado a la estructura mundial, reto que atañe la investigación son los emprendimientos que tiene como elemento que subyace el conocimiento y la estrategia, en este sentido se presenta la necesidad de responder a la interrogante de ¿cuánta capacidad innovadora sostienen los pequeños emprendimientos en el cantón Quevedo y su relación con los niveles de competitividad de los mismos?, es así que el objetivo de este proyecto de investigación es determinar los grados de acceso de innovación, en el proceso del emprendedurismo, en Ecuador y en especial para el cantón Quevedo, para la búsqueda de la competitividad, el estudio realizado de forma documental y

descriptivo, permite un acercamiento a la realidad de los pequeños negocios quevedeños, la metodología empleada constó con información de primera mano, se realizó una encuesta a 63 microempresas afiliados a la Cámara de Comercio de Quevedo, que permitió detectar características cualitativas y cuantitativas de los emprendedores.

INTRODUCCIÓN

El espíritu emprendedor ha de formarse en una vinculación directa con instrumentos educativos, capacitaciones, no basta con esfuerzos centralizados o externos, ha de adaptarse a las peculiaridades de cada comunidad, definiendo la cultura y necesaria adaptación a las idiosincrasias de las ciudadanías que conforman los diferentes espacios de la nación ecuatoriana.

En este sentido existe a nivel nacional todo un entramado de políticas públicas encaminadas a despertar las necesidades y oportunidades de creación de una cultura del saber, que se han desarrollado bajo el eje denominado ***Diálogo de saberes***¹, se han desplegado varias ideas en calidad de sub-proyectos, en los últimos tiempos el estado ha realizado convocatorias desde la Secretaria Nacional de Educación Ciencia y Tecnología del Ecuador (SENESCYT) en la conformación del proyecto ***Ingenios***², también de la convocatoria de ***Banco de ideas***³, o del proyecto ***CreaCiencia***⁴; con la idea de incentivar el desarrollo del espíritu emprendedor, desde una visión nacional y convertir en hábitos la educación, vida y desenvolvimiento de todos los ciudadanos de la nación.

El presente trabajo se realizó en el cantón de Quevedo, el cual es considerado el mayor centro económico y comercial de la provincia por sus características diferenciadoras, al ser un cantón 90 por ciento urbano y diez por ciento rural, dedicándose principalmente a la producción agrícola con productos como: banano, cacao, palo de balsa, palma africana, soya, maíz, entre otros, motivo por el cual

¹ El ***Diálogo de Saberes*** es el proceso de interacción permanente entre saberes, conocimientos, prácticas y técnicas desarrolladas mediante diferentes procesos histórico-sociales, económicos y políticos, integrados en la gestión del conocimiento y talento humano, cuyo objetivo es fomentar la revitalización y protección de los conocimientos tradicionales, así como promover su incorporación en el quehacer científico, el desarrollo tecnológico y la innovación social desde el enfoque multi, inter y trans-disciplinario, para generar procesos dialécticos entre la academia y la comunidad, en el marco del Estado Plurinacional, y en correspondencia a los principios de: justicia, interculturalidad, Sumak kawsay y descolonización del conocimiento.

² ***Proyecto Ingenios*** promueve la conformación de las bases para desarrollar la capacidad emprendedora de los ecuatorianos en los sectores de la vida económica y social del país. El Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación, INGENIOS es nuevo proyecto de Ley pionero en el mundo, el cual fue construido **democráticamente por parte de los diversos actores de la sociedad ecuatoriana.**

³ Es un proyecto desarrollado desde el SENESCYT encaminado a promover la socialización de conocimientos y despertar la capacidad innovadora de los jóvenes y ecuatorianos todos alrededor de la mejora del bienestar.

⁴ ***CreaCiencia***, es un sistema de Popularización de la Ciencia y la Tecnología para la Innovación toma el nombre de “CreaCiencia: apropiación social para la innovación”. Ésta es una plataforma que articula el trabajo de actores relacionados con la divulgación y la popularización de la ciencia y la tecnología, que busca desarrollar estrategias y acciones conjuntas para la apropiación social de los conocimientos, en beneficio de la ciudadanía.

cuenta con una población flotante muy alta, pues es un centro de comercialización de varios cantones y sectores aledaños.

En este contexto se ha presentado la posibilidad para muchas personas y familias, proyectándose a ser dueños de su tiempo, gestores de ingresos a través del emprendimiento, los cuales son en diversas áreas y niveles. En este documento se discute la tríada que representa el acceso a la **innovación** como factor dinamizador del emprendedurismo y el rol que está llamado a desplegar en la búsqueda de la competitividad.

Palabras claves: Innovación, Emprendimiento, Competitividad

DESARROLLO

Emprendimiento e Innovación en Ecuador.

Estudiar los nexos entre innovación (I), emprendedurismo (E) y competitividad (C) tiene un significado para cualquier economía subdesarrollada, y en especial, para Ecuador, pues representa la búsqueda de la consolidación del proyecto que se lleva a cabo desde la política de gobierno, pero con un enfoque crítico y detector de las reservas no explotadas en la actualidad y el escenario previsible, y en el plano específico los emprendimientos innovadores son considerados por algunos, como la alternativa ideal, para generar mejores ingresos a su familia y comunidad.

El Ecuador no ha logrado formalizar suficientemente, una política generadora de emprendimiento a escala local, que tenga incorporada la innovación como una variable clave de éxito de manera que les permita a esos negocios ser competitivos y por ende sostenible en el tiempo, para comprobar aquello basta revisar los datos del G.EM. (Global Entrepreneurship Monitor), 2014 sobre las estadísticas de cierre de negocios, para lo cual estamos por encima del promedio de Latinoamérica y Caribe que se presenta con un 5.4%, mientras que Ecuador consta con un 8.1% y en el caso de generación de emprendimientos por oportunidad de mejoras estamos por debajo del promedio con un 34.9% mientras que el promedio es de 49.7%.

Así también de acuerdo al sector los negocios ecuatorianos se agrupan en el siguiente orden: negocios orientados a consumidores, transformación. Servicios orientados a negocios y extractivos. Los giros de negocio se concentran en: actividades de servicio de comidas y bebidas, venta al por menor de alimentos y bebidas, venta al por menor de otros productos en comercio especializado.

Para Ecuador un 66.4% de la población encuestada, considera al emprendimiento como una buena opción de carrera, un 67% afirma que el éxito en los negocios confiere estatus y respeto, y un 82.9% está de acuerdo en que el rol de los medios al

destacar a los emprendedores contribuye con la cultura que favorece al emprendimiento en el país.

Las percepciones de los ecuatorianos en relación a la cultura favorable encontrada en América Latina y el Caribe, los países europeos muestran los menores valores sociales pro emprendimiento. (G.E.M. 2014).

Las edades de los emprendedores en el Ecuador correspondió a los adultos entre 25 y 44 años, su nivel de educación es un 39.4% primario y un 25.2% secundaria y un 13.9% ha terminado sus estudios de tercer nivel, por otra parte del total de personas que emprendieron un negocio naciente o nuevo, un 54.5% se encontraban auto empleada, mientras un 18.6% se encontraba también empleada por terceros ya sea a tiempo completo o parcial, y un 17.5% estaba dedicada al hogar, los emprendedores son el grupo con mayor proporción de ingresos entre \$400 y \$800 a diferencia de quienes no emprenden donde cerca del 50% tienen ingresos menores a \$400. (G.E.M., 2014).

Es importante resaltar la información que indica el (G.E.M., 2014) indicando que la formalización de los negocios a través de su registro en la Superintendencia de Compañías, patentes municipales, y Régimen Impositivo simplificado Ecuatoriano entre otras son escasos; en todas las categorías los negocios establecidos son más formales que los nacientes o nuevos.

La baja formalización, junto a la motivación, bajas expectativas de crecimiento y reducción en negocios nuevos, pudiera evidenciar negocios temporales creados sin el propósito de establecerse y crecer.

En relación a los factores que fomentarían el emprendimiento, para el caso particular de Ecuador, los expertos incluyen:

Educación y entrenamiento, mencionan que las universidades están desarrollando el pensamiento creativo y emprendedor, la creación de nuevas universidades y carreras universitarias, mejora en los sistemas educativos y concesión de becas de primer orden, así como la iniciativa de la ciudad de especialización tecnológica Yachay.

Capacidad para emprender, mencionan la existencia de motivación y conductas emprendedoras principalmente en los jóvenes, la iniciativa de gremios privados, la formación de redes de aliados institucionales en torno al emprendimiento e innovación, se refieren a una nueva generación de jóvenes emprendedores.

Políticas de Gobierno, en este sentido muchos mencionaron las oportunidades que se darían con el cambio de la matriz productiva, políticas de estado orientadas a la atención de sectores innovadores, políticas gubernamentales de apoyo a la

investigación en ciencia y a la tecnología, y “las bondades que sobre este campo pueda ejercer la aplicación del nuevo Código Monetario y Financiero”.

Contexto político, institucional y social, en este ámbito mencionan nuevas iniciativas de articulación público, privado y academia, marco legal enfocado para apoyar a emprendedores (ley antimonopolio, código monetario, etc.), Ley de emprendimiento e innovación en discusión, y estabilidad política, monetaria y económica del país.

Con respecto a los factores que limitarían el emprendimiento:

Políticas de Gobierno, mencionan aun la falta de agilidad en trámites relativos a la creación de empresas, la inestable política fiscal, legislación laboral, la falta de incentivos a la producción y la restricción de importaciones de bienes intermedios como factores que obstaculizan el emprendimiento y la subsecuente operación del negocio.

Apoyo financiero, se refieren a la ausencia de fondos de riesgo, falta de incentivos financieros que impulsen emprendimientos innovadores, falta de sistemas de financiamiento adecuado al inicio de la operación o al momento de la expansión, falta de acceso a créditos blandos con garantías intangibles, falta de capital semilla por parte del Gobierno/ no hay normas de agro industrias, acceso a mecanismos formales de financiamiento, falta de acceso a un mercado bursátil para emprendimientos.

Contexto político, institucional y social, entre los aspectos que limitarían la actividad emprendedora mencionan, la inseguridad jurídica, el entorno legal y condiciones del mercado, la competencia del estado con el sector privado, y la falta de articulación entre los actores del sistema. (G.E.M.,2014)

Podemos afirmar entonces que el Ecuador es uno de los países en donde se evidencia un fuerte porcentaje de actividad emprendedora, la misma que se presenta tanto en hombres como en mujeres, si bien es cierto su naturaleza obedece mayormente a una ausencia de empleo, no se puede desconocer que esta tasa alta de actividad emprendedora tiene un efecto en la economía del país, sin embargo esta misma naturaleza genera un alto grado de informalidad lo que desencadena muchas veces en un índice muy elevado de negocios cerrados puesto que desde el momento que nace las proyecciones de crecimiento son muy bajas.

Innovación y competitividad.

La competitividad ha sido estudiada a lo largo de la historia desde varias aristas debido a la amplitud de causas y efectos que esta variable genera tanto en las empresas como en las naciones, los clásicos como Adam Smith y Thomas R. Malthus afirmaban que “el crecimiento económico y la distribución del producto en las clases sociales se consideraban el fruto o resultado del crecimiento de la

población y la disponibilidad de la tierra” (F. Mochón 2006). Sin embargo cuando afirmaban esta aseveración era muy difícil para los autores clásicos de aquella época, vislumbrar el efecto desencadenante que tendría la tecnología-innovación en el desarrollo competitivo de las naciones y las empresas.

La historia económica nos dice que las predicciones de Malthus fueron erróneas, pues no reconoció que la innovación tecnológica y la inversión en capital podrían vencer a la ley de los rendimientos decrecientes. La tierra no se convirtió en un factor limitador de la producción, sino que la revolución industrial incorporó maquinaria a motor que logró aumentar la producción. (F. Mochón, 2006)

El emprendedurismo se reconoce cada vez más como un impulsor fundamental del crecimiento económico, la productividad, la innovación y el empleo, y se acepta de manera general como un elemento clave del dinamismo económico (O.C.D.E., 2009). Los empresarios estimulan la innovación al desarrollar productos, servicios o procesos nuevos o mejorar los existentes. Las nuevas tecnologías y sus aplicaciones alientan el crecimiento de las empresas nuevas y mejoran la eficiencia y la productividad de las empresas existentes.

El cambio tecnológico acelerado y la necesidad constante de adaptación de las empresas han atraído la atención al dinamismo y la flexibilidad del emprendedurismo. Las empresas innovadoras necesitan acceso a los mercados internacionales no sólo para incrementar su ingreso, sino también para desarrollar el conocimiento, las habilidades y las redes necesarias para el crecimiento a largo plazo y la competitividad. Las barreras comerciales arancelarias y no arancelarias pueden obstaculizar el emprendedurismo al limitar las oportunidades de internacionalización, lo cual es importante para las empresas de todos tamaños: empresas grandes que se expanden a través de las fronteras, las pyme que se integren a las cadenas de suministro globales y los proyectos empresariales que buscan crecer. (O.C.D.E., 2009)

En la actualidad el mundo asiste a un nuevo modelo de revolución que es la tecnológica, la cual se ha convertido en un factor determinante para el desarrollo de los países y de las empresas, aquellos que no puedan viajar a la par de los desarrollos tecnológicos simplemente se quedarán sepultados en el tiempo o en el mejor de los casos tendrán un crecimiento muy leve o desacelerado, por tanto la innovación juega un papel decisivo en el crecimiento y competitividad de una empresa o de un país.

Innovación y competitividad en emprendimientos cantón Quevedo.

Las asimétricas circunstancias que se ven de forma general en Ecuador respecto a Latinoamérica y Caribe, y el resto del mundo en cuanto a las variables innovación, emprendimiento y competitividad, no son ajenas a la realidad del cantón Quevedo

en donde se puede observar que la ausencia de innovación en muchos de los negocios que se emprenden allí ocasiona que los mismos no sean competitivos, esto se debe a que gran parte de ellos nacen de la necesidad de generar ingresos personales ante la ausencia de un empleo, o por las urgencias de tener independencia laboral, mas no se lo visualiza como la oportunidad de generar innovación, y es precisamente la carencia de este elemento, lo que no permite que estos emprendimientos, sean competitivos y lleguen a mantenerse en el tiempo.

De aquí surge la necesidad de realizar un estudio en el Cantón Quevedo, a los pequeños negocios, que no superen un monto de inversión de \$10.000, y que no mantengan una estructura organizativa muy grande, es decir que no tengan más de 10 a 15 empleados, la información necesaria para realizar la investigación se solicitó a la Cámara de Comercio del Cantón Quevedo institución que proporcionó la base de datos de los micro-negocios existentes y la investigación se realizó a 63 micro negocios, a continuación se presentan los resultados de dicha investigación:

Resultados de la investigación.

Cuadro 1: Línea de Negocio

Variable	Cantidad	Porcentaje
Producción de bienes primarios	9	14%
Comercialización de productos	28	44 %
Producción de bienes suntuarios	1	2 %
Alimentación	5	7 %
Otros	21	33 %
Total	63	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Autores

El cuadro 1, se observa que los encuestados se dedican a la actividad de comercialización de productos en un 44 por ciento, en este sentido con una alta participación de los encuestados el 33 por ciento manifestó que la línea de negocio es otros refiriéndose a Cybers, salones de belleza, peluqueros entre otros, seguido del 14 por ciento que se dedican a la producción de bienes primarios, por otra parte siete por ciento a la actividad de preparación de alimentos, en el polo opuesto se encuentran la producción de bienes suntuarios con apenas un dos por ciento.

Cuadro 2: Monto de inversión inicial de negocio

Variable	Cantidad	Porcentaje
100 a 1.000	9	15%
1.000 a 2.000	10	16%
2.000 a 3.000	15	23 %
3.000 a 4.000	13	20 %
4.000 a 5.000	12	19%
5.000 a 10.000	4	7%
Total	63	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Autores

Consultado a los encuestados respecto al monto de inversión inicial en el negocio se observa que con un 23 por ciento la inversión inicial está en el orden de los 2,000 a 3,000 dólares, mientras que otro grupo de importancia con el 20 por ciento de participación del total tienen una inversión de 3,000 a 4,000 dólares, seguido a este grupo con el 19 por ciento de participación con una inversión de 4,000 a 5,000 dólares, un pequeño grupo que representa el siete por ciento de los encuestados con una inversión inicial de 5,000 a 10,000 dólares, y con el 31 por ciento cuentan con inversión inicial de 100 a 2,000 dólares

Cuadro 3 Nivel de escolaridad.

Variable	Cantidad	Porcentaje
Primaria	11	18%
Secundaria	26	41%
Tercer Nivel	22	35%
Maestría	3	5%
PhD	1	2 %
Ninguna	0	0%
Total	63	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Autores

Referente al nivel de escolaridad de los emprendedores consultados se observa que el 41 por ciento de estos cuenta con un nivel de escolaridad de secundaria, seguido del 35 por ciento con escolaridad de nivel superior, siendo un importante sector con este nivel de conocimiento, otro porcentaje interesante es el grupo de los consultados cuenta con instrucción primaria en un 18 por ciento, por otro lado es importante analizar que el cinco por ciento de los consultados cuenta con maestría y el dos por ciento con grado doctoral equivalente a PhD.

Cuadro 4: Características de diferenciación en su negocio

Variable	Cantidad	Porcentaje
Calidad del servicio	34	54%
Producto diferenciado	18	29%
Ninguna	11	17%
Total	63	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Autores

La diferenciación en la calidad del servicio que brindan los negocios representa el 54 por ciento, seguido por un 29 por ciento que cuenta con diferenciación respecto a los de la competencia, y sólo el 17 por ciento considera que no cuenta con diferenciación en los productos y/o servicios que brindan.

Cuadro 5: Actividades innovadoras en último año

Variable	Cantidad	Porcentaje
SI	36	57%
NO	27	43%
Total	63	100%

Elaboración: Autores

Para el 57 por ciento de los encuestados considera han realizado actividad innovadora en el negocio, mientras que para el 43 por ciento no han realizado ninguna actividad innovadora.

Conclusiones.

1. La innovación pasa a ser variable crítica en el propósito de transformar la matriz productiva del Ecuador con vías a generar un mayor nivel de competitividad sistémica, y para ello es necesario mantenerse en el tren de una economía basada en el conocimiento y la innovación, pero estando conscientes de la realidad que vivimos, con una brecha generacional en la cual se ha educado a la ciudadanía para ser entes observadores y no transformadores de su ecosistema, pues el problema mayor hoy radica en que por lo general las economías latinoamericanas y en particular la ecuatoriana hasta hace unos años, han realizado un pobre desempeño en generar un ambiente propicio para potenciar las características de una transformación endógena en los objetivos de extrapolar las habilidades de su talento humano, puesto que las políticas públicas en cuanto a educación y productividad estaban desconectadas de las demandas transformadoras de sus procesos económicos, con lo cual la formación de encadenamientos con los sectores estratégicos eran casi nulos.

2. El Ecuador es uno de los países con una alta tasa de actividad emprendedora, sin embargo por los datos que presenta el G.E.M., 2014, se puede evidenciar que la preocupación no debe radicar solamente en cuanto emprendimiento se genera, sino en los niveles de innovación y por ende de competitividad que están presentando estos negocios, pues se refleja que en casi todos los índices el país está por debajo del promedio de América Latina y el Caribe, y la problemática vuelve a caer en las mismas variables: la competitividad sistémica o sostenible solo es posible con un proceso de transformación endógena que permita crear una infraestructura de innovación productiva y de servicios que sea por sí misma generadora de un mejor nivel de vida para los ciudadanos.

3. Para el caso particular del Cantón Quevedo de acuerdo a la investigación realizada, como resultado de las encuestas a los 63 negocios del Cantón Quevedo, se pudo evidenciar que un 57% dicen realizar actividades innovadoras, pero el detalle radica en el hecho que todos realizan actividades similares, según manifestaron un 19% compiten por precios y un 14% por la calidad en el servicio, y si bien estas son dos de las características que más buscan los consumidores, no son las únicas, por lo que estaría faltando en el medio dotar de algunas ideas que ayuden a generar mayor competitividad en los negocios, por cuanto se encontró una importante concentración de los negocios en el área de comercialización de productos, que corresponde a un 44% del total de microempresarios encuestados, pero todos ellos con características muy similares.

BIBLIOGRAFÍA

- Castell, Jaume Valls y Pere. *Tecnología e innovación en la empresa*. Catalunya: universidad Politécnica de Catalunya, 2003.
- Hidalgo de los Santos, V. (2015) ¿Quién debería financiar la ciencia en Cuba: el Estado, las empresas o ambos?, tomado de:
<http://www.juventudtecnica.cu/contenido/circulo-virtuoso-del-financiamiento-ciencia>
- HUGGINS, R., & JOHNSTON, A. (2009). Knowledge Networks in an Uncompetitive Region: SME Innovation and Growth. *Growth & Change*, 40(2), 227-259. doi:10.1111/j.1468-2257.2009.00474
- Isaksen, A., & Sæther, B. (2015). Innovation in small regions. *Norwegian Journal of Geography*, 69(2), 65-66. doi: 10.1080/00291951.2015.1011685
- Jeou-Shyan, H., Meng-Lei, H. U., Jon-Chao, H., & Yi-Chia, L. I. N. (2011). INNOVATION STRATEGIES FOR ORGANIZATIONAL CHANGE IN A TEA RESTAURANT CULTURE: A SOCIAL BEHAVIOR PERSPECTIVE. *Social Behavior & Personality: an international journal*, 39(2), 265-273. doi: 10.2224/sbp.2011.39.2.265
- Johnson, D. M., Porter, A. L., Roessner, D., Newman, N. C., & Xiao-Yin, J. (2010). High-tech indicators: assessing the competitiveness of selected European countries. *Technology Analysis & Strategic Management*, 22(3), 277-296. doi:10.1080/09537321003647313
- Karl Marx (1867) *El capital*, Editor Friedrich Engels, Hamburgo.
- Mattas, K., & Baourakis, G. (2009). Competitiveness in International Markets. *Journal Of International Food & Agribusiness Marketing*, 21(2/3), 83. doi:10.1080/08974430802587554
- Parker, R. (2002). Coordination and Competition in Small Business Policy: A Comparative Analysis of Australia and Denmark. *Journal of Economic Issues (Association for Evolutionary Economics)*, 36(4), 935-952. doi:10.1080/0810902042000255732
- Parker, R. (2004). Foundations of technology development, innovation and competitiveness in the globalised knowledge economy. *Prometheus*, 22(3), 293-309.
- Pérez, J. P., Zorrilla, D. N., & Velázquez, R. G. (2013). COMPETITIVENESS PROFILE AND HUMAN CAPITAL IN MEXICAN COMPANIES BASED ON INNOVATION. (English). *Revista Negotium*, 8(24), 109-140

- Porter, A. L., Newman, N. C., Roessner, J. D., Johnson, D. M., & Xiao-Yin, J. (2009). International high tech competitiveness: does China rank number 1? *Technology Analysis & Strategic Management*, 21(2), 173-193. doi:10.1080/09537320802625264
- Porter, M. E. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press, New York, 1990 & 1998.
- Sahut, J.-M., & Peris-Ortiz, M. (2014). Small business, innovation, and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 42(4), 663-668. doi: 10.1007/s11187-013-9521-9.
- SENESCYT (2015). Código Ingenios tomado de: <http://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/ingenios.pdf>
- Simmie, J., & Wood, P. (2002). Innovation and Competitive Cities in the Global Economy: Introduction to the Special Issue. *European Planning Studies*, 10(2), 149-151. doi:10.1080/09654310120114454
- Solow, R. (1957) "Technical Change and the Aggregate Production Function"; *Review of Economics and Statistics* 39: 312-20
- Weber, M. () *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Alianza (2012) ISBN 978-84-206-6946-5
- Wu, C., Zhang, X., Yeh, I., Chen, F., Bender, J., & Wang, T. (2013). Evaluating competitiveness using fuzzy analytic hierarchy process-A case study of Chinese airlines. *Journal Of Advanced Transportation*, 47(7), 619-634. doi:10.1002/atr.183
- HORTA, R; SILVEIRA, L; CAMACHO, M. Competitividad e innovación en la industria manufacturera en el Uruguay. (Spanish). : Competitiveness and innovation in the industrial sector of Uruguay. (English). *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*. 10, 28, 23-49, Jan. 2015. ISSN: 16680030.
- Castell, Jaume Valls y Pere. *Tecnología e innovación en la empresa*. Catalunya: universidad Politécnica de Catalunya, 2003.
- Esteban Fernández, José Montes, Camilo Vásquez. *La competitividad de la empresa*. Oviedo: Servicio de publicaciones Universidad de Oviedo, 1997.
- Lafuente, Javier Maqueda. *Marketing, innovación y nuevos negocios*. Madrid: ESIC, 2010.
- Martínez, Ernest Reig. *Competitividad, crecimiento y capitalización de las regiones españolas*. Bilbao: Fundaci3n BBVA, 2007.

Morales, David Villaseca. Innovación y marketing de servicios en la era digital .
Madrid : ESIC, 2014.

Moreno, Juan Antonio Vasquez. El emprendimiento empresarial. It Campus
Academy, 2015.

O.C.D.E., EUROSTAT, TRAGSA. «Manual de Oslo 3ra Edición.» Guía para la
recogida e interpretación de datos sobre innovación. Grupo Tragsa, 2005.

Pervaiz, Shepherd, Charles D., Ramos L., Ramos C.,. Administración de la
Innovación. México: Pearson, 2012.

Toledano, David Urbano y Nudia. Invitación al emprendimiento. Barcelona: U.O.C.,
2008.

Torrent-Sellens, Joan. Emprendimiento innovador y microempresas en red.
Barcelona: UOC, 2014.

004. CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSULTORA DE ASESORÍA FINANCIERA PARA PYMES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Autores:

Mgs. Pablo Ricardo San Andrés Reyes, Ing.

Docente en la Universidad Ecotec psanandres@ecotec.edu.ec

MSc. Nelly Sayenka Vergara, Ing.

Docente de la Universidad de Guayaquil nellyvergarad@gmail.com

Msc. David Bernal Paredes

davidbernalparedes@gmail.com

Resumen

Toda empresa sea esta de la naturaleza que fuere depende en mucho su estabilidad y permanencia en el mercado de la buena proyección que tenga y entre estos uno de los aspectos más importantes es la parte financiera: el criterio para la distribución del capital, el logro de los objetivos propuestos, la obtención de utilidades netas; son fundamentales para el buen desempeño de cualquier empresa. Más aún en el actual entorno dinámico y cambiante se requiere de instrumentos que den la pauta para tomar las decisiones más acertadas en este aspecto tan decisivo.

De manera formal el uso de un análisis financiero es privativo de las grandes organizaciones en el escenario actual, lo cual es uno de sus sustentos por lo cual prosperan y se desarrollan.

Ante la existencia de instrumentos que ayudan a preservar y redimir la salud financiera de una empresa: ¿Porque las pequeñas y medianas empresas no acceden a tal beneficio?

Entre otra una de las causas de debe a que las empresas dedicadas a la prestación de estos servicios han concentrado sus esfuerzos en los grandes grupos. En réplica a esta interrogante y tomando en consideración las circunstancias que continuamente afrontan las pequeñas y medianas empresas se expone como parte de la solución el presente estudio para la creación de una empresa consultora de asesoría financiera para PYMES de la ciudad de Guayaquil.

Este servicio permitirá al pequeño y mediano empresario conocer mejor la naturaleza financiera de su negocio, dejando atrás los rudimentos empíricos de los que se ha venido valiendo para tomar decisiones a ciegas, ya que en base a los instrumentos técnicos que se le dará podrá empoderarse de sus decisiones de la forma más acertada. Mostrando como sería su empresa de seguir en la situación actual, corrigiendo y en lo futuro salvando errores lo que redundará en la actualización y culturización financiera de

estos emprendedores.

En el presente trabajo, una vez realizado el estudio de factibilidad se identificará la necesidad de instalar una oficina Consultora de Asesoría Financiera dirigida a las pequeñas y medianas empresas en Guayaquil.

Palabras claves: Asesoría financiera, Pymes, Mipymes, servicios

Introducción

La consultoría es una actividad que desarrollan empresas especializadas, prestan sus servicios asesorando a otras empresas con su criterio profesional en un área específica.

El Instituto de consultores de empresas del Reino Unido define la consultoría de empresas de la siguiente manera:

“Servicio prestado por una persona o personas independientes y calificadas en la identificación e investigación de problemas relacionados con políticas, organización, procedimientos y métodos; recomendación de medidas apropiadas y prestación de asistencia en la aplicación de dichas recomendaciones.-“

Es el proceso de analizar, estudiar y comprender el trabajo y procesos de una organización, para poder dictaminar sus fallas y aciertos sobre temas como la planeación, organización, dirección y control, a partir de los cuales, se diseña e implanta un plan de mejora para asegurar la competitividad, sustentabilidad y autogestión de las organizaciones. (Juan José Solórzano Z.)

Consiste en ayudar a una organización por medio de diagnosticar su situación actual y sus posibilidades de mejora; la definición de un sistema que ayude a mejorar su desempeño; la implantación del sistema diseñado y el cierre del servicio de consultoría. (Norma CONOCER)

Según el Proyecto de Ley CODIGO DE LA PRODUCCIÓN en su Libro III, Título I Del fomento a la micro, pequeña y mediana empresa MYMPYMES en su artículo 58:

La micro, pequeña y mediana empresa es toda persona natural o jurídica, que como una unidad productiva ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios y que cumple con el número de trabajadores y o ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

En caso de inconformidad con las variables aplicadas, en valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califican al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

Desarrollo

La propuesta de Consulfin S.A. es brindar asesoría técnica y gerencial para el análisis, diagnóstico y gestión de la operación y planeación financiera de las empresas asesoradas, lo cual dependerá de las necesidades puntuales de cada empresa y su empresario a continuación predefinimos de forma general cuales serían los servicios a prestar ya que una vez que tomamos contacto con la empresa realizamos un diagnóstico para identificar cuáles serían sus necesidades puntuales.

- Diagnóstico de Requerimientos en Planificación Financiera
- Análisis Vertical y Horizontal de los Estados Financieros.
- Preparación y seguimiento de Flujo de Caja Proyectado.
- Modelos financieros específicos, para análisis de costos, índices de gestión, comparación de proyectos de inversión, etc.
- Realización de planes de negocios -Business Plan- a plazos específicos para proyectos nuevos, en marcha y planes de expansión.

El objetivo de este estudio es analizar la factibilidad económica-financiera del presente proyecto; para lo cual se estructurarán estados financieros presupuestados para cinco años, los cuales se basarán en la información del estudio de mercado y del estudio técnico.

Los Estados Financieros a presupuestar serán Estado de Situación General, Estado de Pérdidas y Ganancias y Estado de Flujos de Caja. Luego de la elaboración de estos balances se realizarán un completo análisis horizontal y vertical, para a su vez estudiar los principales índices financieros (como son los de liquidez, endeudamiento, rentabilidad, eficiencia y Dupont) y determinar posibles tendencias que influyan en el normal desenvolvimiento de las operaciones de la organización.

Posterior a esto, es necesario recurrir a herramientas financieras para la toma de decisiones en la factibilidad de un proyecto, las cuales son Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Periodo de recuperación de la Deuda, Punto de Equilibrio, entre otras.

Después de haber realizado todo este análisis, se podrá emitir una opinión final sobre la factibilidad económica del proyecto, que conjuntamente con las conclusiones de los estudios de mercado y técnico, se determinará la real factibilidad de la implementación del proyecto.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO

Determinación de la Factibilidad Económica del Proyecto.

Determinar que existe un rendimiento superior al 12% sobre la inversión.

PRESUPUESTOS DE VENTAS

En el Estudio de Mercado, se manifiesta la existencia de una demanda y un mercado objetivo explotable para ofrecer el servicio contable-tributario; además, según los datos obtenidos a través de fuentes secundarias, se estima que las ventas equivaldrán al 0.16% del mercado objetivo de cada año y que en promedio representa un crecimiento promedio general del 0,37%, las cuales se presentan en el siguiente cuadro:

CLIENTES, MERCADO OBJETIVO Y PARTICIPACION DEL MERCADO

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Promedio de Crecimiento Empresa		7%	7%	7%	7%	7%
Mercado objetivo	3847	4116	4404	4713	5043	5396
Clientes Potenciales		6	12	18	24	30
Promedio de Crecimiento		0,37%				

Con respecto al Presupuesto de Ventas, se puede apreciar que el precio del servicio se incrementaría en un promedio del 3,5%, lo cual corresponde a la inflación proyectada por el Banco Central de Ecuador para los años comprendidos entre el 2007 y 2014. A continuación, se expone el presupuesto de ventas proyectado.

PRESUPUESTOS DE VENTAS DE 2011 AL 2015

	AÑO				
	2011	2012	2013	2014	2015
Servicios Contable-Tributarios	6	12	18	24	30
Inflacion Anual Proyectada		3,50%	3,50%	3,50%	3,50%
Precio Anual	3.300	3.416	3.535	3.659	3.787
TOTAL INGRESOS PRESUPUESTADOS	19.800	40.986	63.631	87.810	113.605

DETERMINACION DE LOS PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS

El Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas abarca conceptos relacionados con el costo de Honorarios Profesionales, Sueldos y Salarios, Beneficios Sociales, Gastos Administrativos, Gastos Varios, Depreciación de Muebles, Enseres y Equipo de Computación y la Amortización de Activos Diferidos; además, cada uno de ellos ha sido clasificado según su naturaleza, como un costo o gasto fijo o variable.

En lo referente a Honorarios Profesionales, se prevé un incremento del 45% para cada año; por otra parte los sueldos y salarios se incrementarán en un promedio de cincuenta dólares para cada uno de los trabajadores, dependiendo del tiempo de trabajo en la compañía. Es necesario tomar en cuenta los gastos relacionados a los beneficios sociales ya que, estos son generados por los trabajadores antes mencionados en base a los reglamentos vigentes. A continuación, se detallan los presupuestos proyectados hasta el año 2011.

PARTIDA SALARIOS ANALISTAS FINANCIEROS

	AÑO				
	2011	2012	2013	2014	2015
Socios - Contadores	2	2	2	2	2
		45%	45%	45%	45%
Honorarios Anuales	3.000	4.350	6.308	9.146	13.262
TOTAL	6.000	8.700	12.615	18.292	26.523

PARTIDA PROVISION GASTO BENEFICIOS SOCIALES

	AÑO				
	2011	2012	2013	2014	2015
Decimo Tercer Sueldo	450	750	1.808	2.975	4.067
Decimo Cuarto Sueldo	320	480	800	1.120	1.280
Aporte Patronal	365	437	437	583	656
Fondo de Reserva		550	850	1.600	2.200
TOTAL	1.135	2.217	3.896	6.278	8.203

Dentro de los presupuestos se ha considerado también Gastos Administrativos, los cuales corresponde a Arriendo de Oficina, Alícuotas del Edificio, Mantenimiento Equipo de Computo, Cuotas de la Cámara de La pequeña Industria de Pichincha, Servicios Básicos (Agua Potable, Energía Eléctrica y Telecomunicación), Internet.

PARTIDA GASTOS DE ADMINISTRACION

	AÑO				
	2011	2012	2013	2014	2015
Arriendo Oficina	3.600	3.600	4.200	4.200	4.800
Alicuotas Edificio	420	420	420	480	480
Mant. Eq. de Computo	350	435	600	776	884
Capeipi	180	180	180	180	180
Luz	340	460	556	640	700
Agua	210	246	270	330	390
Telefono	400	460	580	640	1.060
Internet	660	683	707	732	757
TOTAL	6.160	6.484	7.513	7.978	9.251

En lo referente al arriendo de la oficina, se mantendrá un contrato por cada dos años de alquiler del bien inmueble, el mismo que tendrá un incremento en el año 2009 en el 16,67% y de la misma manera tendrá un incremento en el año 2011 del 14,29% en relación al 2009.

Finalmente se consideró dentro de Gastos Varios los siguientes, Suministros de Oficina, Varios (Movilización, Gastos de Gestión), Capacitación, Publicidad, en lo referente a este último ítem, se lo realizará a través de eventos sociales y culturales que cada uno de los socios asistirá en el normal transcurso de la vida económica del proyecto.

PARTIDA DE GASTOS MISCELANEOS

	AÑO				
	2011	2012	2013	2014	2015
Suministros de Oficina	330	450	630	810	930
Varios	410	590	950	1.250	1.550
Publicidad	500	1.000	1.000	1.500	2.000
Capacitacion	0	1.000	1.000	1.000	1.000
TOTAL	1.240	3.040	3.580	4.560	5.480

INVERSION EN ACTIVO FIJO Y DIFERIDO

Para que CONSULFIN S.A. inicie sus actividades es imprescindible la inversión en activos fijos, siendo estos, adquisiciones en bienes inmuebles y muebles; los activos necesarios corresponden a muebles, enseres y equipo de cómputo y software. Cabe mencionar que las adquisiciones se harán anualmente y en base a los requerimientos generados por el incremento del personal y clientes, con lo cual se busca proporcionar a los colaboradores las herramientas para brindar un eficiente servicio; para esto, a continuación se exponen las compras, sus costos y los años en que ocurrirán.

PARTIDA PROVISION PARA DEPRECIACIONES

	AÑO				
	2011	2012	2013	2014	2015
Equipos de Oficina	2.510	252	504	504	252
Equipos de Computo y Software	6.678	450	900	900	450
TOTAL ACTIVOS	9.188	702	1.404	1.404	702
Dep. Equipos de Oficina	251	276	327	377	402
Dep. Equipos de Computo	2.204	2.352	2.649	809	747
TOTAL	2.455	2.629	2.976	1.186	1.149

PARTIDA PROVISION PARA AMORTIZACIONES

	AÑO				
	2011	2012	2013	2014	2015
GASTOS DE CONSTITUCION	200	200	200	200	200
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	22.589	32.270	46.980	63.694	80.206

LISTADO DE ACTIVOS 2011

CONCEPTO	#	Valor (USD)	
		Unitario	Total
Equipos de Oficina			
Estaciones de trabajo	4	190	760
Sillas Grafity	6	25	150
Sillas Hidraulicas	2	22	44
Sillones presidenciales	2	160	320
Archivadores aereos	3	97	291
Archivadores de 4 gavetas	1	130	130
Archivadores de madera	2	180	360
Tachos de basura	5	15	75
Telefonos Central	1	220	220
Telefonos	4	40	160
TOTAL EQUIPO OFICINA		1.079	2.510

CONCEPTO	#	Valor (USD)	
		Unitario	Total
Equipos de computación			
Computador Servidor	1	971	971
Computadores	4	450	1.800
Switch C-Net 8p RJ45 10/100	1	23	23
Imp. Multifuncion Canon	1	92	92
Imp. Matricial Citizen	1	211	211
Licencia Windows XP	1	170	170
Licencia Tmax 2000	1	3.200	3.200
Licencia Office	1	212	212
TOTAL EQUIPO COMPUTO		5.328	6.678

TOTAL ACTIVOS 2011		6.407	9.188
---------------------------	--	--------------	--------------

LISTADO DE ACTIVOS 2012

CONCEPTO	#	Valor (USD)	
		Unitario	Total
Equipos de Oficina			
Estaciones de trabajo	1	190	190
Sillas Hidraulicas	1	22	22
Telefonos	1	40	40
TOTAL EQUIPO OFICINA		252	252

CONCEPTO	Número de	Valor (USD)	
		Unitario	Total
Equipos de computación			
Computadores	1	450	450
TOTAL EQUIPO COMPUTO		450	450

TOTAL ACTIVOS 2012		702	702
---------------------------	--	------------	------------

LISTADO DE ACTIVOS 2013

CONCEPTO	#	Valor (USD)	
		Unitario	Total
Equipos de Oficina			
Estaciones de trabajo	2	190	380
Sillas Hidraulicas	2	22	44
Telefonos	2	40	80
TOTAL EQUIPO OFICINA		252	504

CONCEPTO	#	Valor (USD)	
		Unitario	Total
Equipos de computación			
Computadores	2	450	900
TOTAL EQUIPO COMPUTO		450	900

TOTAL ACTIVOS 2013		702	1.404
---------------------------	--	------------	--------------

**LISTADO DE ACTIVOS
2014**

CONCEPTO	#	Valor (USD)	
		Unitario	Total
Equipos de Oficina			
Estaciones de trabajo	2	190	380
Sillas Hidraulicas	2	22	44
Telefonos	2	40	80
TOTAL EQUIPO OFICINA		252	504

CONCEPTO	#	Valor (USD)	
		Unitario	Total
Equipos de computación			
Computadores	2	450	900
TOTAL EQUIPO COMPUTO		450	900

TOTAL ACTIVOS 2014		702	1.404
---------------------------	--	------------	--------------

**LISTADO DE ACTIVOS
2015**

CONCEPTO	#	Valor (USD)	
		Unitario	Total
Equipos de Oficina			
Estaciones de trabajo	1	190	190
Sillas Hidraulicas	1	22	22
Telefonos	1	40	40
TOTAL EQUIPO OFICINA		252	252

CONCEPTO	#	Valor (USD)	
		Unitario	Total
Equipos de computación			
Computadores	1	450	450
TOTAL EQUIPO COMPUTO		450	450

TOTAL ACTIVOS 2015		702	702
---------------------------	--	------------	------------

Adicionalmente se debe tomar en cuenta la depreciación de estos activos, la cual, y de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno, Artículo 21, numeral 6, literal a, sería a través del método de línea recta en porcentajes del 33% para equipos de cómputo y software y del 10% para muebles y enseres; a continuación, se presenta el total de activos por periodo y el respectivo costo por depreciación.

PARTIDA PROVISION PARA DEPRECIACIONES

	AÑO				
	2011	2012	2013	2014	2015
Equipos de Oficina	2.510	252	504	504	252
Equipos de Computo y Software	6.678	450	900	900	450
TOTAL ACTIVOS	9.188	702	1.404	1.404	702
Dep. Equipos de Oficina	251	276	327	377	402
Dep. Equipos de Computo	2.204	2.352	2.649	809	747
TOTAL	2.455	2.629	2.976	1.186	1.149

En cuanto a la inversión en bienes, además de los activos fijos, existen activos diferidos, los cuales normalmente son de carácter intangible; lo cual, aplicado al caso de CONSULFIN S.A., éstos corresponden a los gastos de constitución. Dichos gastos, que corresponden principalmente a honorarios de un abogado, publicaciones en la prensa y otros gastos correspondientes a la constitución de la organización ante la Superintendencia de Compañías. Este tipo de activos generarán un gasto que de acuerdo al Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, Artículo 21, numeral 7, literal b, se amortizará para los cinco años posteriores a la constitución, es decir a una tasa del 20% anual; particular que a continuación se exhibe:

PARTIDA PROVISION PARA AMORTIZACIONES

	AÑO				
	2011	2012	2013	2014	2015
GASTOS DE CONSTITUCION	200	200	200	200	200

CAPITAL DE TRABAJO

El Capital de Trabajo desde el punto de vista contable representa la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes; sin embargo, desde el punto de vista financiero corresponde a la inversión de capital, distinta a la hecha en activos fijos y diferidos, necesaria para iniciar actividades hasta recibir los primeros ingresos. Para el caso específico de CONSULFIN S.A., el capital de trabajo se calculará para un periodo de cuarenta días sobre los gastos de sueldos, honorarios, IESS, servicios básicos y otros gastos esenciales para el normal desenvolvimiento de las actividades; lo cual se expone a continuación:

CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO

Sueldo Mensual	Honorarios	Aportes	Gastos Administrativos	Gastos Varios	
675,00	750,00	141,81	726,25	1.706,94	
					TOTAL
675,00	750,00	141,81	726,25	1.706,94	4.000,00

Como se mencionó anteriormente, el capital de trabajo es parte de la Inversión Inicial, la cual está constituida por la adquisición de activos fijos, activos diferidos, garantía por arrendamiento y el efectivo mínimo para iniciar las operaciones; lo cual se resume seguidamente:

ESTRUCTURA INICIAL DE INVERSION

CONCEPTO	VALOR
Inversion Fija	
Planta y Equipo	9.188,29
Capital de Trabajo	
Efectivo	4.139,85
Garantia	600,00
Activo Diferido	
Gastos de Constirucion	1.000,00
TOTAL INVERSION INICIAL	14.928,14

Conclusiones

Como puede apreciarse, en el año 2011 las ventas tanto en dólares como en servicios prestados están ligeramente por debajo del Punto de Equilibrio, lo cual origina la pérdida en dicho año; mientras que en los posteriores años dicho nivel mínimo de ventas es claramente superado y esto genera las utilidades de los años comprendidos entre el 2012 y 2015. Cabe mencionar que la determinación de esta herramienta es de gran utilidad en el campo presupuestal, pues, a través de la misma pueden estipularse los ingresos mínimos para cubrir costos y gastos y a la vez, identificar los niveles de ventas que podrían generar pérdidas o utilidades.

El análisis horizontal es un procedimiento que permite comparar Estados Financieros homogéneos en dos o más periodos consecutivos; este análisis permite determinar los incrementos o disminuciones que existen entre las diferentes cuentas de cada uno de los balances de un periodo a otro. Realizar dicha comparación es de suma importancia pues por medio de esta se informa si los cambios en las actividades han sido favorables o no, a la vez, muestra cambios bruscos en las diferentes que deberían ser analizados.

Como se puede observar en el análisis los Estados de Resultados de CONSULFIN S.A., los ingresos y egresos tienen un crecimiento sostenido promedio del 57% (que representa un crecimiento en ventas aproximado de USD \$ 23.451,19 anuales), lo cual se debe a que cada año existe un incremento de empresas en la cartera de clientes; en lo referente a los gastos puede observarse que existe un crecimiento similar al de los ingresos (en promedio 37% anual, que equivale a USD \$ 14.404,16) motivado por la contratación de nuevo personal año a año, incremento en el pago de honorarios, de gastos administrativos y otros gastos. Cabe mencionar que para los dos últimos años el nivel de gasto toma una tendencia decreciente, es decir, que el porcentualmente los gastos representa un menor porcentaje con respecto al año anterior.

Sin embargo, en lo que se respecta a la utilidad operacional y utilidad disponible se observa que desde el segundo año existe un notable acrecentamiento en los rubros antes mencionados, teniendo en promedio un crecimiento para las utilidades operacionales del 45% anual y para las utilidades disponibles del 15% anual.

En cuanto al Balance General, se aprecia un incremento de los activos circulantes y una disminución notoria en lo referente al activo fijo e intangible, pues, el crecimiento del activo circulante está en función de las inversiones temporales que realiza la empresa desde el segundo año; mientras que los rubros

de propiedad, planta y equipo y activo diferido tienden a disminuir debido a efectos de la depreciación y amortización de cada uno de los periodos. Como se aprecia, este efecto se observa claramente en los importes promedio de crecimiento, siendo para las inversiones del 138% anual; en contraposición con las tendencias decrecientes de las depreciaciones un que en se aproximan al 48% anual, amortizaciones acumuladas cercanas al 52% anual.

En este mismo esquema, el pasivo sufre una disminución en el segundo año ocasionado por la cancelación del préstamo a corto plazo, a la vez existe un incremento por obligaciones con los trabajadores e impuesto a la renta del 67% promedio en ambos casos (lo cual representa un crecimiento promedio de USD 1.302.09 y USD \$ 2.170,16 respectivamente). El patrimonio tiene una tendencia al crecimiento lo cual viene dado por el notable incremento de las utilidades que se genera en cada uno de los años y que a la vez se acumulan; dicho crecimiento se encuentra en porcentajes cercanos al 128% anual. Todo esto se aprecia con posterioridad en los cuadros que se expondrán.

Bibliografía

Álvarez, Felipe. (2013). Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión en el Ecuador. *FENopina*, 46. Recuperado de http://www.fcsh.espol.edu.ec/_EvaluacionFinancieraProyectosFelipeAlvarez

SRI), Servicio de Rentas Internas (s.f.). Recuperado el 25 de mayo de 2015, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ruc>

Hoang, P. (2007). *Business and Management*. (1era. ed.). Victoria, Australia: IBID Press

Mullins, Walker Boyd. (2005). *Marketing estratégico* (págs. 224-246). México: McGraw Hill.

Navarro, P. (2005). *Finanzas corporativas*. Barcelona: Bresca Editorial

Banco Central del Ecuador (2016). Recuperado de <https://www.bce.fin.ec/>

Superintendencia de Compañías (2010). Recuperado de http://appscvs.supercias.gob.ec/portalInformacion/sector_societario.zul

005. COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL, CASO EMPRESAS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

BUSINESS COMPETITIVENESS, BUSINESS CASE OF THE PROVINCE OF SANTA ELENA

Autores:

Universidad Estatal Península de Santa Elena – Ecuador

Jairo Cedeño Pinoargote, MAB docente investigador

Verónica Benavidez Benítez, MSc. Docente investigadora

manuelcepi23@hotmail.com

veronicadtamayo@hotmail.com

Resumen

En la actualidad, el conocimiento es un recurso muy valioso para garantizar la competitividad de nuestras empresas, el pasado ha dejado de ser una guía para el futuro y las empresas para ser más competitivas se enfrentan a nuevos retos como: cambios tecnológicos permanentes, mercados más globalizados, ambientes altamente competitivos, exigencias de normas de calidad y regulaciones ambientales.

Estas condiciones actuales y retos en un mercado competitivo y globalizado exigen de las empresas un esfuerzo mayor en la utilización de los recursos con los que cuenta, por ello deben implementarse acciones administrativas que optimicen los procesos e incrementen la productividad.

La presente investigación cuyo objeto fue evaluar la competitividad empresarial de las empresas para identificar sus ventajas competitivas que se tienen a nivel nacional o internacional, la investigación planteada contempló inicialmente una investigación bibliográfica para establecer los lineamientos teóricos relacionados con la competitividad empresarial, luego se aplicaron los instrumentos que permitieron obtener la información requerida para el desarrollo de la investigación.

La técnica aplicada fue la encuesta, con el cuestionario como instrumento, los cuales fueron aplicados a los gerentes o administradores de las compañías.

El aporte de esta investigación está enmarcado en que las empresas no se encuentran preparadas para ser competitivas en el mercado local e internacional por lo tanto hay que fortalecer por parte de los empresarios en la adquisición de programas de gestión, se debe puntualizar que en la parte administrativa existen debilidades, a

su vez permite una rápida y eficaz respuesta a las inquietudes sobre mejoramiento de las competencias.

Por otra parte, la investigación es importante porque permite consolidar los nexos entre la Universidad y la realidad de las empresas de la Provincia.

Palabras Claves: Competitividad Empresarial; Competencia; Tecnológica; Globalización; Calidad.

Abstract

Today, knowledge is valuable to ensure the competitiveness of our companies resort, the past has ceased to be a guide to the future and to become more competitive companies are facing new challenges as permanent technological changes, most markets globalized, highly competitive environments, requirements of quality standards and environmental regulations.

These current conditions and challenges in a competitive and globalized market companies require a greater effort in the use of resources are there, why administrative actions must be implemented to optimize processes and increase productivity.

This research was aimed to evaluate the business competitiveness of companies in the Province of Santa Elena to identify their competitive advantages that have a national or international level, research raised initially contemplated a bibliographical research to establish theoretical guidelines related to competitiveness business, then the instruments allowed to obtain the information required for the development of applied research.

The technique used was the survey with the questionnaire as a tool, which were applied to managers or directors of companies in the Province of Santa Elena.

The contribution of this research is framed in companies of the Province of Santa Elena are not prepared to be competitive in the local and international market therefore it is strengthened by entrepreneurs in acquiring management programs are You should point out that in the administrative part there are weaknesses, in turn allowing rapid and effective response to concerns about improving skills.

Moreover, research is important because it allows strengthen ties between the university and the reality of the companies in the Province.

Keywords: Business competitiveness; Competition; technologist; globalization; Quality.

1. Introducción

La innovación tecnológica representa, en la actualidad, una de las fuentes para generar ventajas competitivas sostenibles en las empresas, porque es la fuerza motriz que impulsa la creación de riquezas, renueva las estructuras industriales y propicia el surgimiento de nuevos sectores de actividad económica, sin embargo, el proceso difícil de administrar y evaluar en función de potenciar la competitividad de la empresa.

La situación anteriormente planteada conllevó la realización de la presente investigación con el propósito de dar respuesta al siguiente planteamiento problemático:

Qué modelos de competitividad existentes son aplicables a las empresas ¿Cuáles son las variables que miden la competitividad de las empresas de esta Provincia? ¿Qué indicadores o métodos eficientes al interior de las organizaciones comerciales permiten determinar el grado de competitividad de las mismas?

La investigación permitió realizar una revisión de la literatura de los grandes pensadores Como Adán Smith, David Ricardo, Karl Marx y Michael Porter, además de la base teóricas como la teoría de la ventaja absoluta, teoría del valor del trabajo, la ventaja competitiva

La información relacionada con el diseño metodológico que se siguió en la investigación que se presenta en este proyecto, abarca el tipo de estudio que se llevó a cabo, la caracterización de la muestra objeto de estudio, los instrumentos que se emplearán en la recolección de los datos, los recursos utilizados y finalmente se especifica el procedimiento.

Además, encontrara los resultados, discusión y las conclusiones de la investigación realizada.

2. Objetivos

2.1 Objetivos General

Evaluar la competitividad empresarial de las empresas de la Provincia de Santa Elena mediante la aplicación de encuestas a los gerentes o administradores de cada uno de ellas.

2.2 Objetivos Específicos:

- Contextualizar la base teórica de la competitividad empresarial en las empresas.
- Evaluar la situación actual de la competitividad empresarial de las empresas de la Provincia de Santa Elena.

3. Materiales y métodos

Con respecto al diseño metodológico que se siguió en la investigación que se presenta en este proyecto, abarca el tipo de estudio que se llevó a cabo, la caracterización de la muestra objeto de estudio, los instrumentos que se emplearán en la recolección de los datos, los recursos utilizados y finalmente se especifica el procedimiento.

Tipo de estudio

Se llevó a cabo el tipo de estudio no experimental que en su primera fase fue evaluativa. **HERNÁNDEZ y otros (2010)**, hace referencia a este aspecto, "La investigación no experimental es el estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

Basándose en los criterios establecidos este estudio puede clasificarse como una investigación evaluativa, pues su objeto es valorar y enjuiciar el diseño, ejecución, efectos, utilidades y grado de logro de los objetivos de programas, a fin de corregir las deficiencias e introducir los reajustes necesarios.

De acuerdo con los planteamientos anteriores, la investigación fue evaluativa, ya que permitió evaluar la competitividad empresarial en las empresas.

Población

De acuerdo con **HERNÁNDEZ y otros (2010)**, para seleccionar una muestra, lo primero que hay que hacer es definir la unidad de análisis (individuos, organizaciones, periódicos, comunidades, situaciones, eventos, etc.). Una vez definida la unidad de análisis se delimita la población

Según lo antes citado, la población de donde se obtendrá la información que permitirá el desarrollo del proyecto la constituyen todas las organizaciones.

En la **Tabla 1** se observa que la muestra que se tomó por conveniencia estuvo constituida por 21 empresas, en las cuales se pudo lograr la aplicación a toda la muestra.

No.	EMPRESAS	DIRECCIÓN
1	Servientrega	La Libertad
2	Cooperativa FINCA	La Libertad
3	Hotel Colón Miramar	Salinas
4	Hotel las Conchas	Salinas
5	Hotel Chipipe	Salinas
6	Keramicos	La Libertad

7	Lubricantes ALEX	La Libertad
8	Damasco	La Libertad
9	Mueblería Ideal	La Libertad
10	Muebles & Diseños	La Libertad
11	Banco del Pichincha	La Libertad
12	Banco Bolivariano	La Libertad
13	Cooperativa Huancavilca	La Libertad
14	Atrapen	La Libertad
15	Disensa	La Libertad
16	Yacht Club	Salinas
17	Automotores Continental	Salinas
18	Restaurante El Rincón Manabitas	La Libertad
19	Noe "Shipping Agency Cía."	La Libertad
20	Edinca	La Libertad
21	Industria Serviterra S.A.	Santa Elena

Instrumentos

Una vez definido el tipo de estudio y la muestra adecuada al problema, la siguiente etapa consistió en realizar la recolección de datos e información necesaria. En tal sentido se plantean que en esta etapa se deben realizar las siguientes actividades de investigación que están estrechamente relacionadas entre sí:

- a. Seleccionar o desarrollar un instrumento de medición. Este instrumento debe ser válido y confiable,
- b. Aplicar ese instrumento de medición y
- c. Preparar las mediciones obtenidas (codificación de los datos) para que puedan analizarse correctamente.

La investigación planteada contempló inicialmente una investigación bibliográfica para establecer los lineamientos teóricos relacionados con la competitividad empresarial, luego se aplicaron los instrumentos que permitieron obtener la información requerida para el desarrollo de la investigación.

La técnica aplicada fue la Encuesta, con el Cuestionario como instrumento, los cuales fueron aplicados a los gerentes o administradores de las empresas que se mencionaron anteriormente.

Procedimiento

El procedimiento que se siguió para desarrollar la investigación contempló la realización de las actividades siguientes:

Para evaluar la competitividad empresarial de las compañías:

- Recabar información técnica que permita lograr un conocimiento de la filosofía y concepción de la competitividad empresarial.
- Analizar teóricamente las referencias bibliográficas sobre la competitividad empresarial.
- Identificar Variables e indicadores que influyen en la competitividad empresarial.
- Elaborar la encuesta o instrumentos a aplicar en las empresas para conocer la competitividad empresarial que existen actualmente.
- Definir la muestra en la cual se realizará la investigación.
- Aplicar la encuesta realizada de acuerdo con la muestra establecida.
- Procesar estadísticamente la encuesta realizada. Tratamiento estadístico de los datos mediante paquetes computarizados Microsoft Excel 2000 y SPSS 19
- Recolectar y procesar los datos obtenidos en las visitas y proyectos de las cátedras de la carrera administración empresas de la UPSE.
- Analizar los resultados encontrados en la evaluación.
- Redactar y revisar las discusiones de la investigación

Procesamiento y análisis

La información se procesó en función de los instrumentos y técnicas utilizadas, en la investigación, en lo que se refiere a la tabulación, se utilizó las herramientas de EXCEL para el tratamiento de datos obtenidos.

4. Resultados y discusión

4.1 Resultados

El estudio se realizó a una muestra de empresas privadas de la Provincia. Se auscultó acerca del conocimiento de su competitividad empresarial, en búsqueda de mejores resultados empresariales. Se presentan de forma separada los que corresponden a cada una de las categorías anotadas.

Dentro de cada uno de los aspectos que abarcan la competitividad empresarial: Administrativa; Comercial y Logística; Financiera; Talento Humano; Tecnología; y, Ambiente, se evaluaron diferentes temáticas y su aplicación en alta, buena o poca medida, de las cuales se analizan aquellas que se consideran como factores

determinantes que detienen el incremento de la productividad en las empresas de la provincia.

A continuación, se presentan dichos resultados:

Figura 1. Administrativa

Tabla 1.- ¿Cuál de las siguientes variables han sido definidas y controladas en la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Misión	1	4,8%	6,7%	6,7%
	Objetivos		9,5%	13,3%	20%
	Políticas	3	14,3%	20%	40%
	Resultados	2	9,5%	13,3%	53,3%
	Todos las opciones	3	14,3%	20%	73,3%
	Misión , Visión, Valores	4	19%	26,7%	100%
	Total	15	71,4%	100%	
Perdidos	Sistema	6	28,6%		
Total		21	100%		

Al revisar la función administrativa nos encontramos con grandes deficiencias ya que solo el 20% conocen la misión, visión, valores, objetivos, políticas y resultados, ya que este nos lleva a determinar que las empresas no son competitivas en la parte administrativa por cuanto el éxito de las empresas es que su personas tengas claros las metas hacia donde desean llegar.

Figura 2. Comercial y Logística

Tabla 2.- ¿La empresa cuenta con un área comercial claramente establecida?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	15	71,4	100,0	100,0
<i>Perdidos</i>	<i>Sistema</i>	6	28,6		
Total		21	100,0		

Las organizaciones en la mayoría tienen un área comercial claramente establecida y deberían todas tenerla.

Figura 3. Financiera

Tabla 3.- ¿Tiene herramientas implementadas para determinar cuál es la rentabilidad de su negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	15	71,4%	100%	100%
<i>Perdidos</i>	<i>Sistema</i>	6	28,6%		
Total		21	100%		

El total de los empresarios tiene implementado una herramienta para medir la rentabilidad del negocio debido a que es importante para conocer cuál ha sido el rendimiento de lo que se ha invertido en un tiempo determinado.

Figura 4. Talento Humano

Tabla 4.- Considera usted que el nivel de satisfacción y motivación de su personal en el trabajo es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	11	52,4%	73,3%	73,3%
	Medio	4	19,0%	26,7%	100%
	Total	15	71,4%	100%	
<i>Perdidos</i>	<i>Sistema</i>	6	28,6%		
Total		21	100%		

Un porcentaje alto de los empresarios considera que el personal que laboran en su compañía se encuentra altamente motivado y satisfecho con el trato laboral que estos le brindan dentro de la organización.

La satisfacción de un empleado depende del trato que esta misma le brinde, un personal altamente motivado rendirá más que uno que no lo está, debido a que el compromiso que asume con la empresa será más productivo para la misma.

Figura 5. Tecnología

Tabla 5.- La empresa mejora o adquiere sistemas de gestión (informática-hardware y software -, incorporación de personal cualificado, cursos de formación). ¿En qué nivel?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	7	33,3%	46,7%	46,7%
	Moderado	4	19%	26,7%	73,3%
	Bajo	4	19%	26,7%	100%
Total		15	71,4%	100%	
Perdidos	Sistema	6	28,6%		
Total		21	100%		

Un porcentaje alto de los empresarios adquisición sistemas de gestión para ser competitivo en el mercado.

Figura 6. Ambiente

Tabla 6.- ¿La cultura y la estrategia de la compañía involucran aspectos, impactos y riesgos ambientales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	13	61,9%	86,7%	86,7%
	No	2	9,5%	13,3%	100%
	Total	15	71,4%	100%	
Perdidos	Sistema	6	28,6%		
Total		21	100%		

La cultura y la estrategia de la compañía referentes a los impactos y riesgos ambientales son considerado como parte de la estrategia de competitividad de las empresas.

4.2 Discusión

D"ARMAS (2000) (2), bajo la misma modalidad anterior, realizó un estudio sectorial de competitividad de las empresas del área de Calderería en el estado Bolívar, con el objeto de determinar las estrategias a seguir para lograr un incremento en la competitividad del área y en el desarrollo de las empresas bolivarenses. Sobre la base de la información analizada, se definieron estrategias genéricas orientadas a mejorar la competitividad interna de las empresas del área de Calderería, y estrategias genéricas orientadas a mejorar los factores básicos del desarrollo que son relevantes del área.

El aporte de esta investigación está enmarcado en que las empresas no se encuentran preparadas para ser competitivas en el mercado local hay que trabajar mucho por parte de los empresarios en la adquisición de programas de gestión para estar a nivel de todas las empresas locales, se debe puntualizar que en la parte administrativa existen debilidades muy fuertes por cuanto es la forma como los trabajadores pueden saber cuáles son los objetivos trazados de las empresas y como lograrlos, además se trabaja mucho en las estrategias de los impactos y riesgos ambientales con la responsabilidad social hacia la comunidad.

En la organización nos da una radiografía de las empresas ya que encontramos que el primer involucrado debe ser el personal, la tecnificación de sus equipos, la motivación, los incentivos nos lleva a puntualizar que las empresas deben tener certificación de calidad basado en ISO-9000, el pensamiento de los investigadores es que estas empresas no están interesadas en ser empresas competitivas en los mercados actuales.

Tanto **D"ARMAS (2000)** como los investigadores **CEDEÑO, J. y BENAVIDEZ, V. (2016)** concuerdan que las empresas deben trabajar hacia el mejoramiento continuo basado en sistema de calidad orientados a ser competitivos en el mercado para ellos los administradores deben tener claro que las empresas competitivas en el mercado es la que van a superar las crisis si tienden a desaparecer.

5. Conclusiones

Como resultado de la investigación que se realizó en las empresas sobre la competitividad empresarial, se obtuvieron en síntesis las siguientes conclusiones:

- Los administradores de las empresas deberían permanecer en sus áreas de trabajo un promedio de 5 años para poder cumplir la planificación y dejar a las empresas con una buena participación en el mercado.
- Solo el 40% de las empresas se guían por un manual de funciones el cual se encuentra de manera escrita y las demás empresas no poseen ningún manual ni políticas algunas.
- En un porcentaje considerable de las empresas tienen los precios de los productos y servicios de acuerdo a los costos de produjo y otras de acuerdo a la competencia.
- En un porcentaje considerado tienen alianza con diferentes proveedores y el resto de empresas trabajan sin alianzas estratégicas.
- En un porcentaje alto los empresarios no poseen un sistema de gestión para las empresas por cuanto no existen los controles adecuado para poder cumplir su planificación.
- El 60% de los empresarios en Santa Elena al observar los cambios que realizan las otras empresas, le sirven para el mejoramiento de misma, los cambios se implementarán de manera rápida en la compañía; a diferencia del 40% que no lo realizan.
- No existe modelos de competitividad que se aplique actualmente.
- No existen variables que midan la competitividad.
- No existen indicadores o métodos eficientes al interior de las empresas permiten determinar el grado de competitividad de las mismas.

6. Recomendaciones

Como resultado de la investigación que se realizó en las empresas sobre la competitividad empresarial, se obtuvieron en síntesis las siguientes recomendaciones:

- Los administradores deben permanecer más de 5 años en las organizaciones para poder cumplir sus planificaciones y se cumplan los objetivos trazados.
- Todas las empresas deben poseer un manual de función y políticas para poder cumplir con los objetivos trazados.
- Los precios de los productos y servicios deben ser de acuerdo al costo de producción, competencia, demanda y calidad.
- Deben poseer alianza estratégica con todos los proveedores para estar con la competencia.

- Deben adquirir un sistema de gestión para estar con las nuevas tendencias del mercado y ser competitivo.
- Todas las empresas deben adaptar los cambios que se realizan en el mercado para ser competitivo.
- Se debe trabajar en un modelo de competitividad para ser aplicado en las empresas y llegarán a ser competitivo.
- Se debe poseer variables que midan la competitividad de las empresas
- Se deben implementar indicadores en las empresas para poder determinar el grado de competitividad.

7. Referencias bibliográficas:

- ✓ ARZOLA, MINERVA. (1999). Trabajo de Ascenso; "Variables e indicadores para la gestión estratégica del proceso de innovación tecnológica en las empresas". Puerto Ordaz (Venezuela): U.N.E.X.P.O.
- ✓ BOLTON, WILLIAM. (1997). The university handbook on enterprise development. Universidad de Cambridge (Reino Unido).
- ✓ CABRERA, y Otros (2011), Metodología de la Investigación en ciencias sociales, Montevideo, Universidad de la Republica.
- ✓ D"ARMAS REGNAULT, MAYRA JOSE (2000). "Diseño de un plan de estrategias para mejorar la competitividad del sector bienes de capital en el área de Calderia del estado Bolívar". Puerto Ordaz (Venezuela) U.N.E.
- ✓ Fernández Bravo C, (2011), Modelo sobre Competencias Gerenciales para el Personal Directivo de Tecnología del Sector Financiero basado en Enfoque de Organizaciones Inteligentes.
- ✓ HERNÁNDEZ, R. y Otros (2010) Metodología de Investigación, México, McGraw-Hill.
- ✓ MÉDICCI, LELYS. (1997). La generación de conocimientos en la industria: Una evaluación de capacidades en empresas del estado. ESPACIOS. Caracas. Venezuela: IMPRESOS OMAR. Volumen 18, N° 3. Depósito legal pp 1997 ISSN-0798-1015.
- ✓ ROJAS, R. (2013). Guía para realizar investigaciones sociales, Colombia, Plaza y Valdés

006. GRADO DE AVERSIÓN AL RIESGO DEL PEQUEÑO INVERSIONISTA DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

DEGREE OF AVERSION TO THE RISK OF THE RIOBAMBA SMALL INVESTOR, CHIMBORAZO PROVINCE.

Autores:

Olga Maritza Rodríguez Ulcuango

olrodriguez@esPOCH.edu.ec

Docente Facultad de Administración de Empresas

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo - Ecuador

Magister en Administración Financiera y Comercio Internacional

Iván Alberto Analuisa Aroca

ianaluisa@puCEM.edu.ec

Asistente de Carrera de Administración de Empresas

Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Campus Portoviejo, Sede Manabí-Ecuador

Master en Dirección de Empresas mención Proyectos

RESUMEN

Este documento busca explicar el comportamiento de las decisiones de inversión conforme al perfil del pequeño inversionista. En el estudio se revisan las características generales de los mismos en la ciudad de Riobamba, quienes generalmente se dedican al comercio y producción en el centro de la ciudad, examinando el nivel de aversión al riesgo al tomar una decisión de inversión productiva. Para alcanzar los objetivos planteados en la investigación se utilizaron diferentes técnicas como las encuestas, realizadas in situ con parámetros que permiten medir la reacción ante situaciones diversas empresariales, lo que permitió determinar el grado de aversión de los pequeños inversionistas y su implicación en la conciencia del inversor a creer un poco más en su instinto financiero adquirido por su experiencia, conjugándolo con su nivel de riesgo innato.

Palabras clave: Inversión, Riesgo, Renta Fija, Renta Variable

ABSTRACT

This paper seeks to explain the behavior of investment decisions according to the small investor profile. In the study the general characteristics of these are reviewed in Riobamba city, they generally engaged in trade and production in the downtown of the city, examining the level of risk aversion when making a decision productive investment. To achieve the objectives in research different techniques such as surveys were conducted in situ with parameters to measure the reaction to business various situations, they allowed determine the degree of risk aversion of small

investors and their involvement in awareness investor to believe a little more in his financial instincts acquired by experience, combining it with their innate level of risk.

Keywords: Investment, Risk, Fixed Income, Equity Investment

INTRODUCCIÓN

Cada vez que una persona piensa en lanzarse de un puente atado a una cuerda (bungee jumping), donde una travesía prevalece, suena fantástico, imagina vértigo, ingravidez e invade la adrenalina, busca desafiar a la física, creando una emoción jamás vivida; pero al instante, muchos pensamientos invaden su mente; por ejemplo ¿Qué pasaría si la cuerda se rompiera?, ¿Cuál es la probabilidad de que en el salto que pretenda realizar se rompa el arnés?; según estudios efectuados indican que 1 de cada 3500 saltos podría suceder; o simplemente el corazón no resistiera tal agitación.

Inmediatamente abandona la idea, en segundos su estado de ánimo cambia, los nervios e indecisión se apoderan, y cree que en un juego mecánico de niños estaría cómodo donde todos sus sentidos se encuentren estables y en un ambiente tranquilo con reacciones ya conocidas; esta situación a menudo se presenta donde la inexperiencia y negligencia de no reconocer y controlar el peligro es justamente el problema; por lo que se deduce que el límite varía con cada sujeto y financieramente por cada inversión y nivel de rendimiento.

Los autores del artículo, en colaboración con estudiantes de los cuartos semestres de la carrera de Ingeniería de Empresas perteneciente a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, aplicaron la encuesta cuyo objetivo central fue determinar los niveles de aversión al riesgo presente en los pequeños inversionistas de la ciudad de Riobamba, mismo que fueron encuestados en sus locales comerciales o de producción.

Durante el periodo abril - julio del año 2015, se realizó una encuesta a los pequeños inversionistas de la ciudad de Riobamba, actualizándose la información en el periodo marzo - julio 2016, con la finalidad de medir el nivel de comportamiento en razón de un año a otro bajo la misma periodicidad.

El tamaño de la muestra calculada para la Población, reportó un valor de 761 inversionistas encuestados presentando un margen de error del 10%, utilizando un muestreo aleatorio estratificado, bajo una investigación de tipo cualitativo, donde el procesamiento de los datos está representado en gráficos estadísticos.

DESARROLLO

1.- Tolerancia al riesgo financiero

Con relación al tema financiero, se ha preguntado alguna vez, por qué ciertas personas que invierten dinero en algunos productos financieros, por más riesgosos que estos sean tienden a estar satisfechos, tranquilos con la acción, pese a que el resultado es desconocido; a diferencia de otros individuos que al momento de decidir por alguna inversión suele aparecéseles el fantasma del miedo, incertidumbre, desconfianza por el hecho mismo de desprenderse de los ahorros que con tanto sacrificio fue recaudado y más aún, si en un escenario trágico presume la pérdida inherente, y desde ese momento prefiere tenerlo bajo el colchón o en cualquier servicio controlado con la certeza de un futuro previsible positivo.

Este fenómeno ocurre a diario, entendiendo que las personas se caracterizan por ser distintos, en su forma de pensar, percibir, entre otros; siendo capaces de tomar sus propias decisiones, enmarcadas en el riesgo que se pueda afrontar, sintiéndose bien, estable y poder tomar la vida con tranquilidad.

Según (Beck, U, 2008), *riesgo es el enfoque moderno de la previsión y control de las consecuencias futuras de la acción humana, las diversas consecuencias no deseadas de la modernización radicalizada. Es un intento de colonizar el futuro.*

2.- Factores que influyen

Ahora bien, para tomar una decisión en donde invertir es imprescindible analizar el perfil de riesgo que ostenta el inversionista, dicho estudio permitirá determinar cuál es el producto que se adapta a las necesidades de cada persona, hasta qué punto puede sentirse seguro con su inversión.

En dicha investigación intervinieron diversos factores, destacándose entre ellos: niveles de ingresos, seguridad financiera, destino de la inversión, experiencia y edad, es decir si estaría dispuesto asumir riesgos durante su vida.

Por otro lado, si se encuentra en una etapa de jubilación su actitud tendería a ser conservadora, pasiva, entre otras, pues la óptica cambia en una etapa de su vida donde ha alcanzado su madurez financiera y la época de acumular riqueza va tornándose en declive, sin embargo si el inversor es una persona de edad joven, su interés por los rendimientos varían, y por la trayectoria que tendrá va experimentando escenarios.

No obstante, se podría clasificar dentro de los productos financieros cuales son los menos riesgosos, según (Gitman, L, 2011), *se encuentran a los negociados en renta fija* (bonos, depósitos, certificaciones); mientras que los más riesgosos son los de renta variable, (acciones comunes); según la (Bolsa de Valores. , 2010), reconoce que es mejor diversificar el riesgo de tal forma que factores adversos que se puedan

presentar se reduzcan, de ahí que la frase conocida por muchos resalta *“no poner los huevos en una misma canasta, y esas canastas no colocarlas en la misma carreta”*; aun así no quiere decir que distribuyendo se podrá omitir el 100% el riesgo, pero atenuará mucho mejor los niveles, por lo que es importante tener presente cual es el perfil del inversionista para saber la proporción a colocar en una inversión y construir un portafolio en el que se sienta equilibrado.

Según; Field, Torero, citado por (Guachamin, E., 2010), existen varios factores que limitan el acceso al crédito a las mujeres. Uno es la demanda, los bajos ingresos que generan las mujeres son una barrera en el acceso a créditos. Entre los limitantes por el lado de la oferta, están las restricciones legales (por ejemplo solicitar la firma del esposo al solicitar un crédito); la falta de información sobre la viabilidad de los créditos; la falta de servicios financieros complementarios dirigidos a las actividades específicas de las mujeres (por ejemplo servicios de consultoría en los lugares donde residen sus microempresas); y el limitado acceso a créditos al sector no agrícola donde se concentra la mayor parte de las actividades económicas de las mujeres.

La necesidad de cerrar los circuitos financieros al crimen organizado y el terrorismo propició la instauración de una serie de prácticas encaminadas a eliminar operaciones bancarias susceptibles de penalización por las autoridades regulatorias. Con mucha frecuencia, sin embargo, esto ha conducido a los bancos a eliminar de manera indiscriminada y no fundamentada a ciertos clientes o contrapartes con el fin de evitar toda posibilidad de riesgo. En consecuencia, este fenómeno, denominado internacionalmente con el término de-risking, ha llevado a restringir o, directamente, a cancelar la prestación de servicios de corresponsalía entre bancos, propiciando el cierre de cuentas de numerosos operadores en una cifra cada vez más amplia de países, incluido México. (Palma, A., 2016)

(Palomeque, J., 2013), manifiesta en finanzas se puede traducir esto usando la descripción de riesgo del Banco de México, “el concepto de riesgo está relacionado con la posibilidad de que ocurra un evento [(incertidumbre)] que se traduzca en pérdidas [(exposición)] para los participantes en los mercados financieros, como pueden ser inversionistas, deudores o entidades financieras (Banco de México, 2005).

En general se distinguen diversos tipos de estrategias para la gestión del riesgo en el sector de la agricultura (Meuwissen et al., 1999), dependiendo del tipo de cobertura: estrategias de cobertura operacional (on-farm strategies) y, estrategias de cobertura financiera (risk-sharing strategies) Existen, además, otros tipos de estrategias para la gestión del riesgo, tales como aquellas que dependen de la confiabilidad en las políticas públicas (en caso de ocurrencia de desastres naturales o ayudas de emergencia), o el incremento de los ingresos no provenientes de la agricultura. (Lobos, G., 2008)

Según la United Nations Capital Development Fund (UNCDF), citado por (Bedregal, M; Alcazar, J., 2009) menciona que los individuos y hogares pobres, económicamente activos, toman sus decisiones financieras sobre la base de sus flujos de ingresos, propensión al ahorro, aversión al riesgo, edad y, principalmente, acceso a productos y servicios financieros adecuados. Por su parte, Sulaiman y Matin (2008) sostienen que, para el caso de Bangladesh, la autoexclusión o baja demanda de pobladores pobres por microcréditos responde, en el caso de los más pobres, a elevados niveles de aversión al riesgo y, para el caso de los pobres no extremos, a presiones de grupo o decisiones tomadas grupalmente (group exclusion). Por el lado de las condiciones del servicio, se identifican, como principales factores explicativos de la baja demanda, la rigidez de los pagos semanales y las presiones de tener que cumplir con el crédito. Para el caso de los microcréditos enfocados a mujeres, Johar y Rammohan (2006), identifican la aversión al riesgo, junto con la falta de información, como variables que influyen significativamente en la demanda de microcréditos, siendo ambas características de un mercado de crédito imperfecto, que es el que prevalece en zonas rurales y periurbanas en países en vías de desarrollo.

A modo de ejemplo, se presentan distintos aspectos a ser considerados por una persona para determinar su grado de aversión al riesgo.

Menor riesgo	Aspectos para definir grado de aversión	Mayor riesgo
Casado	Estado civil Una persona soltera podría asumir mayores riesgos, que una persona casada y con hijos.	Soltero
Maduro	Edad Una persona joven podría incurrir en mayores riesgos, dado que tiene mayor tiempo para recuperar una eventual pérdida.	Joven
Preocupada	Personalidad Una persona que está constantemente preocupada por todo debería incurrir en menor riesgo.	Despreocupada
Bajo nivel de ahorro y liquidez	Situación económico-financiera Una persona con un alto nivel de ahorro y liquidez podría asumir mayor riesgo.	Alto nivel de ahorro y liquidez
Empleo con ingreso fluctuante	Tipo de Empleo Una persona con una fuente de ingreso estable podría asumir mayor riesgo, que una con ingresos fluctuantes.	Empleo con ingreso estable

Fuente: (Educación Financiera, 2014)

Elaborado por: (Educación Financiera, 2014)

Las unidades familiares y las instituciones analizan las oportunidades de inversión y toman decisiones de asignación de activos en un portafolio de valores, para conseguir unos objetivos que reflejen sus preferencias con respecto al riesgo y rendimiento, a sus circunstancias tributarias y a sus necesidades futuras de financiamiento. Indiscutiblemente, para gestionar portafolios internacionales se deben seguir dichas pautas de asignación de activos, y que al momento de realizar una buena gestión de portafolios internacionales, es necesario diversificar, y que han de ser explicados los criterios a seguir para una adecuada toma de decisiones. (Rodriguez, A., 2009)

Existen políticas e instrumentos específicos tradicionalmente usados para reducir el riesgo y la incertidumbre en la agricultura y otras no-específicas, pero que contribuyen indirectamente a reducir las fuentes de inestabilidad. Muchas de estas políticas agrarias se explican por la necesidad de estabilizar los ingresos, y por lo tanto, los beneficios netos, de los productores agrícolas. Las políticas específicas más frecuentes y tradicionalmente usadas para reducir el riesgo y/o estabilizar ingresos agrícolas, e incluso evitar la descapitalización, son las siguientes: manejo de stocks, subvención a la prima del seguro agrícola, bonificación para la construcción y/o mejoramiento de obras de riego, programas de precios mínimos sustentados, bandas de precios, salvaguardias sobre precios, programa para la recuperación de suelos degradados (Lobos, G., 2008).

Según la bibliografía revisada, el riesgo vinculado con una inversión establecida está claramente relacionado con su rentabilidad esperada; en general cuanto más rendimiento pretenda, mayor es el riesgo de la operación, y viceversa.

3.- Tipos de Inversor

El perfil de riesgo del inversionista puede ser determinado por la forma de composición del portafolio y sus combinaciones ejecutadas; es decir, la distribución de un portafolio está relacionada directamente con el tipo de inversionista que se desarrolla. De acuerdo a la figura 1, cada inversionista tiene una preferencia en la combinación de instrumentos:



Figura 1. Tipos de Inversor
Fuente: Gitman Lawrence (2011)

En concordancia con Finamex Casa de Bolsa en México, los tres perfiles más comunes entre los inversionistas son:

- **Conservador:** Presenta aversión al riesgo; está dispuesto a sacrificar grandes rendimientos por menor volatilidad.
- **Moderado:** Diversifica su monto de inversión en instrumentos más sofisticados; sin embargo, tampoco busca una alta exposición a la volatilidad.
- **Agresivo.** Busca los mayores rendimientos posibles, por lo que está dispuesto a asumir el riesgo que sea necesario.

Nivel de Riesgo del inversor Riobambeño

La ciudad de Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo, ubicada en la región andina ecuatoriana centro del país donde se lo conoce como cuna de las primicias y de hechos históricos relevantes para el Ecuador, donde actualmente, existen 225741 habitantes, poseen un gran desarrollo de la cultura artesanal; de allí su población económicamente activa está representada en el 21,5%, a la agricultura y ganadería; el 19,1% al comercio, el 9,3% dedicado a la industria manufacturera, generando un crecimiento del impuesto a la renta causado del 38,6%, según datos registrados en el Instituto Nacional de estadísticas y Censos (INEC, 2010).

El estudio realizado presentan los siguientes resultados segmentados para la ciudad de Riobamba, al preguntar la experiencia de su inversión versus a la comodidad con el riesgo; indicaron que el 50% de los encuestados presentan niveles de aversión alto al riesgo ante una operación financiera que presenta volatilidad en sus rendimientos, por lo que se desprenderían inmediatamente de su inversión, estando más cómodos controlándolo, conociendo sobre su evolución; es decir consientes del bien o servicio en el que se coloca el valor y del dinero que espero recibir, un 31% desconoce de su reacción pero están conscientes de que el Ecuador está en una etapa económica preocupante que es muy arriesgado perder un centavo, más aun por los tributos que se efectúa y el tiempo que les tomará recuperarlo.

Cada individuo tiene una manera distinta de reaccionar frente a un riesgo, por lo tanto es necesario determinar el nivel de tolerancia o aversión al riesgo de cada inversionista, antes de asesorar u opinar respecto de una decisión de inversión, como lo manifiesta Aragónés, citado por (Villacrés, P, 2016)

Así también, se evidencia dentro del estudio el 79% de los inversores analizados optan por productos en renta fija, tan solo el 6% se ha visto implicado en operaciones de renta variable; y, un 15% fuera de ellos en fondos propios, ahorros alcanzados o empréstitos familiares.

Analizado los datos, se direcciona a la ciudad de Riobamba hacia un inversionista netamente conservador, en virtud de colocar su confianza y niveles de riesgo en el mercado de dinero bajo el sistema financiero ecuatoriano legalmente establecido en Bancos, Cooperativas de Ahorro y Crédito, aunque se pronuncia un recelo global con las políticas monetarias y financieras que el gobierno pudiera aplicar.



Figura 2. Preferencia de productos financieros
Fuente: Resumen de la encuesta aplicada

Al presentar la pregunta que decisión tomaría Ud. en el caso de que su negocio proporciona pérdida, la mayoría de los pequeños inversionistas de la ciudad de Riobamba indicó desprenderse de su inversión venderla (50% de los encuestado), seguidamente de un 43% que prefiere mantenerla hasta un cierto punto, pero tan solo un 5% manifestó invertir más para poder recuperar lo invertido, lanzar estrategias asumir ese riesgos esperando que el mercado reaccione ante las acciones que interpongan para mejorar los niveles de rentabilidad como requerimiento mínimo planteado, por lo que bajo esta premisa el direccionamiento es claro en un nivel específico, más vale la seguridad de los ahorros.

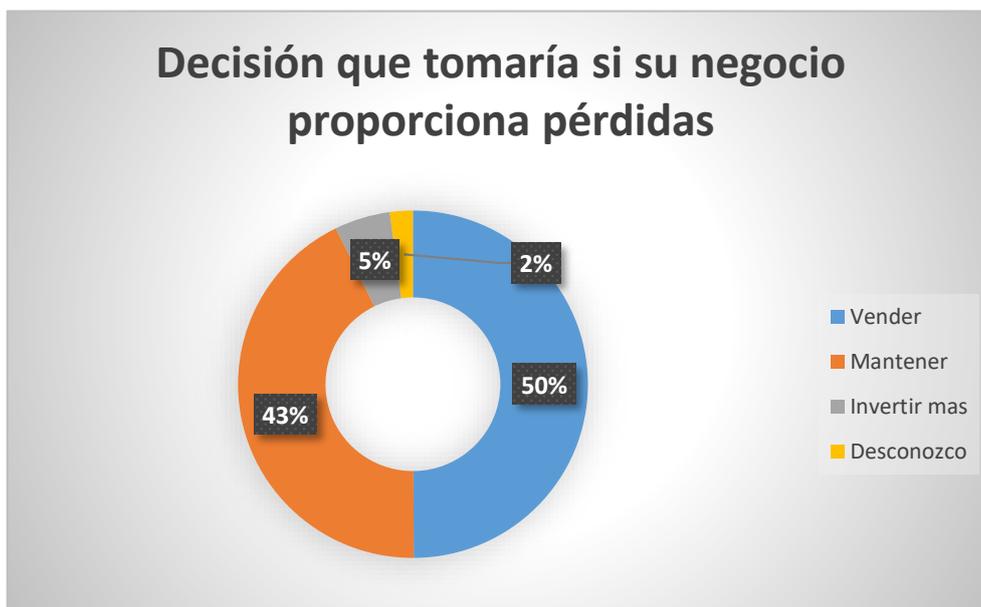


Figura 3 Decisión empresarial ante un riesgo

Fuente: Resumen de la encuesta aplicada.

Esta apreciación conservadora es ratificada en el mercado de valores donde se evidencia que no existe ninguna negociación de pymes de la ciudad en estudio que participe en una negociación en renta variable pese a existir el REVNI, (registro de valores no inscritos), con opción de climatizar a las empresas para estos procesos, sin embargo nuestros encuestados en 15% han seccionado en renta variable en función de los bonos del estados que se les ha otorgado en compensación a sus valores adeudados por derecho a su jubilación.

Según Guerra, B. gerente de la Casa de valores Plus bursátil, citado por (Cabrera, M, 2015) en declaraciones efectuadas para Ecuador Times, existe una “masa” muy escasa de personas con conocimiento del sistema para invertir y este es uno de los factores que frena su desarrollo, por lo que son pocas las empresas que optan por otro tipo de inversiones aun a sabiendas de su rentabilidad.



Figura 2. Decisión al invertir
Fuente: Resumen de la encuesta aplicada

Acogiendo las palabras de Gómez R. Director de Promoción Patrimonial de Finamex citado por (Grupo Mundo Ejecutivo , 2014) *“La clave para llegar a ser un inversionista conocedor es saber diferenciar riesgo de volatilidad, y conocer que la única forma de mitigar el riesgo de capital es la diversificación”*, por lo que como principio básico para lograr la mejor inversión es identificar qué tipo de inversionista es usted.

CONCLUSIONES

Conforme a la investigación realizada en la ciudad de Riobamba se concluye que los pequeños inversionistas, mantienen un perfil de riesgo conservador, es decir que la experiencia en inversiones y la volatilidad que presenta el sistema financiero ecuatoriano desde su historia provocó el avocamiento en operaciones donde se asume un mínimo de riesgo que a nivel de rendimientos pudiera no beneficiar al pequeño inversor, aunque existe un 12% que siente la adrenalina del riesgo.

Ninguna inversión se puede presentar sin riesgo alguno, de allí que estos dependerán de las decisiones que se tomen, pudiendo controlarse o neutralizarse si se orienta de acuerdo al perfil del inversionista para estructurar su portafolio, puesto que los resultados arrojan que estos modelos juegan un papel muy importante en lo que se refiere a la administración del riesgo.

Ningún ser humano es igual a otro por lo que no todos reaccionarán de forma similar respecto a la pérdida de una inversión o a su vez a la ganancia, lo que sí está de acuerdo que a ninguna persona le gusta desprenderse de sus ahorros tan fácilmente, puesto que es fruto de su esfuerzo y dedicación.

Finalmente, es importante reflexionar que por muy rentable que se presente la inversión si no le permite dormir plácidamente, es mejor retirarse y sentirse liberado.

Bibliografía

Beck, U. (2008). La sociedad del Riesgo. Barcelona : Ediciones Paidós -Iberica.

Bedregal, M; Alcazar, J. (12 de Febrero de 2009). Universidad Católica San Pablo. Obtenido de Aversión al riesgo y vulnerabilidad como determinantes de la demanda de microcrédito en zonas rurales de Arequipa: <http://cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/la-aversion-al-riesgo-y-los-determinantes-de-la-demanda-de-microcreditos-en-el-departamento-de-arequipa.pdf>

Bolsa de Valores. . (2010). Reportes Anuales en Renta Fija y Variable. Quito: Bolsa de valores.

Cabrera, M. (18 de Julio de 2015). 48 Empresas ecuatorianas cotizan acciones en la Bolsa. Obtenido de <http://www.ecuadortimes.net/es/2015/07/13/48-empresas-ecuatorianas-cotizan-acciones-en-la-bolsa/>

Educación Financiera. (10 de Agosto de 2014). Programa de Educación Financiera de ASBA. Obtenido de Módulo 4. Inversión : <http://www.asba-supervision.org/PEF/pdf/educacion-financiera-asba-inversion.pdf>

Gitman, L. (2011). Fundamentos de inversiones. Barcelona- España: Pearson - Educación.

Grupo Mundo Ejecutivo . (26 de Noviembre de 2014). Que tipo de inversionista eres? Recuperado el 12 de Febrero de 2016, de Grupo Mundo Ejecutivo Negocios- Economía: <http://mundoejecutivo.com.mx/economia-negocios/2014/11/26/que-tipo-inversionista-eres>

Guachamin, E. (10 de Febrero de 2010). Facultad latinoamericana de Ciencias Sociales. FLACSO- ECUADOR. Obtenido de Enfoque de género en la asignación de créditos en el : <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/2403/4/TFLACSO-2010EGA.pdf>

INEC. (10 de Mayo de 2010). INEC. Recuperado el 08 de Octubre de 2015, de Información censal cantonal: http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es

Lobos, G. (24 de Mayo de 2008). Taller instrumentos públicos para la gestión de riesgos Chile. Obtenido de Universidad de Talca: http://mggp.otalca.cl/docs/Puntos_1_2_3_Programa.pdf

Palma, A. (20 de Marzo de 2016). La Jornada. Obtenido de Aversión al Riesgo e Instituciones Financieras:
<http://www.jornada.unam.mx/2016/03/20/opinion/022a1eco>

Palomeque, J. (03 de Mayo de 2013). Análisis de Riesgo del Mercado de Valores del Ecuador: Riesgo de Mercado y Riesgo de crédito de las Obligaciones y titulaciones de los títulos de renta fija. Obtenido de UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO:
<http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1721/1/106470.pdf>

Rodriguez, A. (20 de 01 de 2009). La asignación de activos en portafolios diversificados internacionalmente. Obtenido de
<http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/31349/1/articulo13.pdf>

Villacrés, P. (5 de Junio de 2016). Universidad Internacional del Ecuador. Facultad de Ciencias Administrativas. Obtenido de Propuesta Metodológica para determinar el perfil del Inversionista en las Casas de Valores del Ecuador:
<http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/1159/1/T-UIDE-1075.pdf>

007. UN ANÁLISIS DE LA NUEVA APLICACIÓN BIOMÉTRICA DE RECONOCIMIENTO DE IRIS A TRAVÉS DE SMARTPHONES PARA POPULARIZAR EL USO DEL DINERO ELECTRÓNICO EN EL ECUADOR

Autor:

Ing. David Fernando Ramos Tomalá, MAE

Profesor Ingeniero de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad de Guayaquil
Gestor de Acreditación de la Carrera de Sistemas de Información

E-mail: david.ramost@ug.edu.ec

stripio@hotmail.com

Resumen

Este trabajo analiza la posibilidad de volver más popular el dinero electrónico en el Ecuador usando una nueva aplicación para *Smartphone*¹ que está a punto de despegar en el mercado: el reconocimiento de iris del usuario, por medio de una *selfie*² o un primer plano de los ojos, como clave de acceso a todas las cuentas voluntariamente registradas dentro del Sistema Financiero. Se analizará cómo funciona, a grandes rasgos, el reconocimiento de iris, y cómo ya está siendo utilizada dentro del *software* estándar de algunos de los *Smartphone* más populares dentro del mercado y cuyas nuevas generaciones están próximas a salir a la venta. Para tal efecto se revisará el programa gubernamental para uso de dinero electrónico en el Ecuador, poniendo énfasis en su gran potencial para atraer a más personas, principalmente de grupos de bajo recursos y excluidas o auto excluidas de las instituciones financieras (y por tanto, del Sistema Financiero), a ingresar dentro de ellas; y el salto que resultaría al utilizar los *smartphones*, comunes en todo estrato social, como tarjeta de crédito o forma de acceso a dinero electrónico al momento de realizar cualquier tipo de pago en cualquier circunstancia y momento, aprovechando esta nueva herramienta digital de seguridad en encriptación de datos que es el reconocimiento de iris.

Palabras claves: Búsqueda de Inclusión Financiera; Acceso a Dinero Electrónico; Seguridad Biométrica Móvil; Reconocimiento de Iris por *Smartphone*; Reconocimiento de Iris para pagos.

¹ Teléfono móvil construido sobre una plataforma informática móvil, con mayor capacidad de almacenar datos y realizar actividades semejantes a las de una minicomputadora.

² Autorretrato realizado con una cámara fotográfica, típicamente una cámara digital o teléfono móvil.

1. INTRODUCCIÓN

Adiós al pago con tarjeta, una simple aplicación de *Smartphone* de reconocimiento de iris podría sustituirla, y entonces: ¡bienvenido el dinero electrónico para todos los ecuatorianos! Actualmente, es una completamente tangible realidad el sistema de autenticación biométrico, con enormes posibilidades en el campo del uso del dinero electrónico.

Las tecnologías biométricas se basan en la autenticación corporal; esto es, validan la identidad de una persona a partir de características intrínsecas al individuo, como la voz, la huella dactilar o, en nuestro caso, el iris.

Sin embargo, cuando la biometría es la única forma de autenticación, pueden producirse problemas, ya que su efectividad depende de la probabilidad de un emparejamiento correcto. Por eso funciona mejor cuando se lo utiliza en conjunto a algún otro sistema de autenticación adicional, como la geo localización por medio del *Smartphone*.

“La tecnología de reconocimiento de iris mira las características únicas del iris. Mientras la mayoría de biométricos tiene de 13 a 60 características distintas, se dice que el iris tiene 266 puntos únicos” (Galvis Traslaviña, 2007, p.2). Se cree que cada ojo es único y permanece estable con el tiempo y en los ambientes. En un entorno correctamente iluminado, con luz infrarroja, se capturan detalladas imágenes de las complejas estructuras del iris usando una cámara de alta resolución. Se emplean técnicas matemáticas para reconocer patrones en imágenes de video del iris de los ojos de la persona. Cada patrón es único y puede verse a cierta distancia (Galvis Traslaviña, 2007).

Miles de personas en todo el mundo se están registrando en sistemas de reconocimiento de iris por razones de conveniencia y seguridad, desde los procesos automatizados de cruce de fronteras hasta las funciones de tarjetas nacionales de identificación. En nuestro país, el tema del dinero electrónico ha salido a la palestra en los últimos meses y se presenta como una gran oportunidad para ver la factibilidad de implementación de sistemas de reconocimiento de iris ya existentes para facilitar el comercio con dinero electrónico de esa enorme población de usuarios con al menos un *Smartphone* en nuestro país.

1.1 Objetivos

Considerar las oportunidades existentes en el Ecuador para popularizar el uso de dinero electrónico como medio de pago, puesto que ya existe un programa patrocinado por el gobierno central para tal efecto, y que podría ser dramáticamente mejorado con una herramienta de seguridad biométrica como lo es el reconocimiento de iris, ya incorporada en el *software* estándar de los *Smartphone* próximos a venir, y así aprovechar la gran popularidad de estos dispositivos móviles entre nuestra población.

Saber más sobre la tecnología digital relacionada con el reconocimiento de iris para que nuestras Universidades y Escuelas Tecnológicas relacionadas con la Informática puedan desarrollarla en los *Smartphone* comunes y así abaratar su costo y volverla una aplicación de uso común en la autenticación de identidades para, por ejemplo, el pago con dinero electrónico directamente de cuentas dentro del Sistema Financiero nacional.

1.2 Resultados

Los *Smartphone* de próxima generación tendrán la aplicación de reconocimiento de iris que es el primer paso al acceso fácil, rápido y seguro al dinero electrónico por medio de las cuentas del usuario.

Los Smartphone son tan populares que su precio, aunque caro, no es un problema insalvable para la mayoría de la población por lo que todas sus próximas aplicaciones, como la autenticación de identidad por reconocimiento de iris para, por ejemplo, realizar pagos de manera remota, estarán a disposición de la mayoría de las personas.

El programa de dinero electrónico impulsado por el Gobierno se vería altamente beneficiado de un sistema de autenticación que venga en los tan populares *Smartphone*, pues popularizarían su uso, de la misma manera que popularizan todas las aplicaciones y juegos que vienen con el dispositivo móvil.

2. DESARROLLO

Armamos primero las herramientas a nuestro alcance en investigación, experiencia y tendencias. Siempre estaremos centrados en tecnologías al alcance de la mayor parte de la población ecuatoriana por motivos de practicidad. Además, y por motivos exclusivamente prácticos y legales, buscaremos aquellos estudios, investigaciones y tendencias que permitan mejorar considerablemente y darle un valor agregado adicional al programa ya existente de Dinero Electrónico por parte del gobierno.

2.1 Metodología

El método científico fue utilizado puesto que fue necesario poner en contexto toda la información recopilada, ya que ésta provenía de distintos autores, de distintas fuentes, de distintos países y de distintas realidades, tanto financieras como tecnológicas, algunas muy alejadas a la nuestra. Se buscó que la información tecnológica tenga relación con el día a día de nuestra población, puesto que se busca que el conocimiento aquí expuesto sea de total utilidad práctica.

En lo que respecta al programa ya existente de dinero electrónico en el Ecuador, se buscó un abanico de opiniones de diferentes actores nacionales, tanto de la academia como de la economía, para tener una idea más amplia y para nada sesgada con tintes políticos que desvirtuarían completamente el alcance de esta investigación.

2.2 Materiales

Conexión de Internet de banda ancha a ser utilizada por medio de un computador XTRATECH de 4 GB de memoria RAM, un sistema operativo de 64 bits y memoria de disco duro de 1 TB, además de una laptop para investigaciones en el exterior.

Bibliotecas virtuales obtenidas gracias a la conexión de Internet donde se encontraban diarios, textos, investigaciones recientes, opiniones, artículos de revistas y agentes relacionados al tema, así como estadísticas e información económica y financiera actualizada.

2.3 Métodos

En primer lugar usamos el método inductivo para trasladar a nuestro país las realidades observadas con estudios de mercado y encuestas en otras regiones del mundo. Esto es perfectamente posible puesto que el uso de medios de pago electrónico ya es una tendencia mundial, además que la globalización hace que las distancias en idiosincrasia y tecnología de la información se reduzcan a niveles casi imperceptibles.

Luego decidimos usar el método deductivo viendo lo que nuestro país puede aportar al mundo con su futura experiencia en el uso de dinero electrónico y el enorme potencial de innovación que resultaría de unir nuestro programa gubernamental, ya existente, con un hipotético acceso al sistema de autenticación de cuentas bancarias por medio de la aplicación de reconocimiento de iris próxima a venir en los nuevos *Smartphone*.

2.4 Conocimiento de la existencia de tecnología de reconocimiento de iris

A falta de estudios locales confiables, es interesante notar el estudio que la tarjeta de crédito *Visa* realizó entre más de 14.000 consumidores europeos y españoles a fin de conocer hasta qué punto los usuarios están familiarizados con la tecnología de reconocimiento de iris a través del *4Smartphone* y están dispuestos a incorporarla en sus transacciones comerciales (Visa International, 2016). En dicho informe, dicha empresa ha constatado que la mayoría están interesados en esta tecnología, especialmente cuando se integra con otras medidas de seguridad. Esto es, el 73% de los europeos y el 71% de los españoles consideran que la autenticación de dos factores, es decir, combinando el reconocimiento de iris junto a geo localización (por ejemplo), sería una forma bastante segura de confirmar la identidad del titular de la cuenta. Es un dato que resulta muy interesante, sobre todo para los comercios *online*, ya que casi un tercio de los consumidores (31%) reconoce que no se animan a comprar en línea porque no confían o consideran insuficientes las medidas de seguridad existentes en la actualidad. Además, más de la mitad de los españoles (el 58%) afirman que la autenticación por reconocimiento de iris vía *4Smartphone* para los pagos otorgaría una experiencia más rápida y fácil que los métodos tradicionales. Del mismo modo, algo más de un tercio (38%), considera que este sistema

mantendría a salvo sus datos, incluso si el dispositivo se perdiese o fuese robado. Preguntados por el método que prefieren para identificarse, el 76% de los consumidores ve el sistema de reconocimiento de iris como el método más seguro (Visa International, 2016).

Si bien la realidad española y (sobre todo) europea es diferente a la nuestra, al ya haber implementado en nuestro medio un sistema de pago electrónico, las tendencias globales extranjeras más pronto que tarde se volverán propias. Más aún si el poseer un *Smartphone* de nueva generación (con todas sus nuevas aplicaciones disponibles) está al alcance de prácticamente la mayoría de ecuatorianos.

2.5 El futuro del dinero electrónico

Es evidente que existe un riesgo constatable en la seguridad digital del sector bancario. A raíz de aquello, se ha formado, nada más ni nada menos, que un importantísimo nicho de mercado, extremadamente rentable, en el mercado de *Smartphone* que posean la más avanzada tecnología en reconocimiento de iris. Además, existe una gran ventaja competitiva al no tener que invertir en un *hardware* complementario, puesto que los *Smartphone* de alta tecnología ya existen hace años, sino simplemente trabajar en nuevos y más confiables *software*, es decir, programas informáticos adaptados a la llamada “internet de las cosas”, lo cual no resulta en lo absoluto novedoso puesto que ya desde hace tiempo que los usuarios de *Smartphone* viven llevando una cámara encima. Y los ecuatorianos no somos la excepción.

En ese sentido, aquellos ecuatorianos propietarios de estos *Smartphone* de nueva generación (tales como el ya existente **Samsung Galaxy Note 7** (Hondudiario, 2016) o los próximos **iPhones** (AppleInsider, 2016), por ejemplo), podrían ser los primeros en aprovechar su tecnología de reconocimiento de iris para hacer transacciones con dinero electrónico de una manera rápida, práctica y segura; claro que para tal fin se deberían implementar nuevas aplicaciones digitales entre las entidades financieras y sus clientes para que el uso del *Smartphone* equipare (y hasta supere) a la tarjeta de crédito y el pago en efectivo. Además, esto haría inviable que se ponga un límite a la cantidad que se pueda utilizar en el uso de dinero electrónico puesto que sólo dependería (como debería ser) de la cantidad de dinero que el usuario posee en sus cuentas registradas. A manera de información, con el programa actual de dinero electrónico creado por el gobierno, en las cargas, el monto máximo diario no puede sobrepasar los USD 500 , y en las descargas, el monto máximo diario es USD 2.500 (Efectivo, 2016).

Una encuesta reciente de *Mobey Forum* indica que el reconocimiento de iris está cerca de convertirse en una tecnología *mainstream*³ como factor de autenticación en los sistemas bancarios y de pago (Ex-Clé, 2016). El informe afirma que una vasta

³ Corriente principal de utilización de los usuarios digitales.

mayoría de bancos tiene la intención de aplicar el reconocimiento de iris en un futuro relativamente próximo, al igual que crece el número de fabricantes de *Smartphone* que planean integrar el reconocimiento de iris en sus dispositivos (Ex-Clé, 2016). Para 2017 se estima que habrá más de mil millones de usuarios que accederán a servicios bancarios a través de sistemas de reconocimiento de iris. La encuesta también detectó que las preocupaciones históricas sobre la biometría, con respecto a la exactitud y a sus precios, ya no son tan acuciantes; en cambio otras preocupaciones, como la seguridad de las soluciones, todavía lo son. Por lo tanto, sugiere que para tener éxito, los datos biométricos deberán ser utilizados en combinación con tecnologías seguras para almacenamiento y procesamiento (Ex-Clé, 2016).

Algunos visionarios lo supieron ver: desde que **Apple** y más tarde **Samsung** incluyeran tecnología biométrica en sus *Smartphone*, hay muchos fabricantes que planean imitarles, por lo que se abaratarán los costos y los dispositivos con la aplicación de reconocimiento de iris se volverán tan populares que facilitarán en gran manera el siguiente paso: aprovecharlos para realizar transacciones con dinero electrónico por medio de una conexión remota con una cuenta encriptada en alguna institución financiera. Según el último estudio de la firma **IHS⁴**, el mercado de la biometría crecerá hasta los 1.700 millones de dólares en 2020. ¡Esto supone que se multiplicará por cuatro!, atendiendo al volumen de negocio actual (Bilbao, 2014). ¡Es una formidable oportunidad de negocio e inversión que el Ecuador, que ya se está familiarizando con el uso del dinero electrónico para transacciones comunes, no puede dejar pasar!

2.6 Actualidad de la Tecnología de Reconocimiento de iris

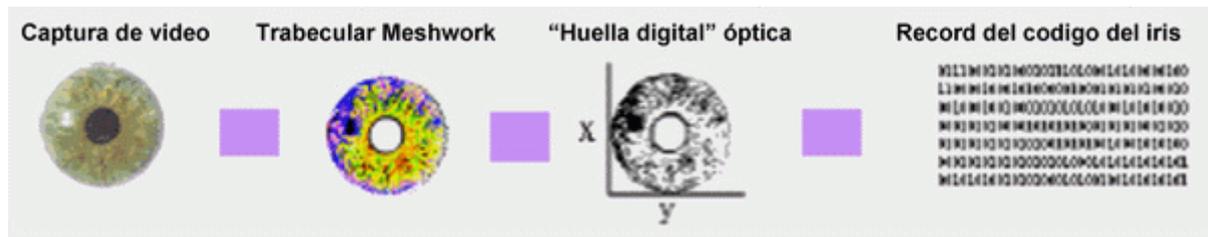
El *software* que utilizan las aplicaciones de reconocimiento de iris para *Smartphone* es lo que se conoce como un Sistema de Identificación Biométrico por medio del Móvil o *Mobile Biometrics Identification (MBI)* (M-Commerce, 2014), el cual puede escanear y trazar de forma segura el iris del individuo. En este sistema biométrico hay cuatro principales módulos:

1. El módulo de adquisición de la imagen en tiempo real
2. El módulo de análisis en frecuencia y segmentación de la imagen
3. El módulo de identificación del patrón del iris.
4. El módulo de autorización y toma de decisión

Es de forma similar al lector de código de barras, en el cual el usuario debe posicionar el *Smartphone* en frente de su ojo (es decir, tomar una fotografía a manera de *selfie*) a fin de localizar la imagen del iris. La figura 1 muestra como el sistema realiza el proceso de reconocimiento de iris (M-Commerce, 2014).

Figura 1. Mapeo del iris del ojo para los sistemas de reconocimiento de iris.

⁴ *Information Handling Services* o Servicios de Manejo de Información.



Fuente: Galvis Traslaviña, 2007, p.2

En vista de que el fin del *software* de reconocimiento de iris es la encriptación de los datos biométricos por medio de algoritmos matemáticos, el Gobierno Nacional podría crear incentivos financieros y económicos a las Universidades y Escuelas Politécnicas que participen activamente en proyectos de investigación de maneras de escaneo de datos y encriptación más prácticos y efectivos con el fin de crear nuevas aplicaciones digitales para *Smartphone* ya existentes que incorporen nuevas tecnologías de reconocimiento de iris que ayuden a abaratar los costos de los productos ya existentes en el mercado. Un ejemplo, aunque foráneo, lo da la Universidad Politécnica de Madrid (UPM), donde un grupo de investigadores trabajan en el perfeccionamiento de un sistema de reconocimiento biométrico de iris para que pueda ser utilizado en la identificación de individuos a distancia y en movimiento (La Vanguardia, 2016). Esto quiere decir que ya no será necesario que el individuo "coopere" para que el sistema pueda reconocerle, sino que el desarrollo de estos académicos (y alumnos) permite procesar la imagen obtenida en condiciones "no ideales", es decir, con el individuo en movimiento, a gran distancia del lector de iris, o con elementos perturbadores como lentes, por ejemplo. Al recoger las imágenes en entornos "no ideales", se produce lo que se conoce como "ruido en la imagen", lo que limita la efectividad de los sistemas actuales a la hora de identificar al individuo. El sistema ha sido optimizado de manera que permite extraer la información útil de la imagen captada, "limpiándola" mediante algoritmos desarrollados especialmente para tratar estas "imágenes ruidosas" (La Vanguardia, 2016). Es de esperar que la comercialización de tal *software* beneficie no sólo a los potenciales clientes de los nuevos *Smartphone* que adquieran dicha tecnología, sino también a las arcas de dicha Universidad española. Un ejemplo que bien pueda ser tomado en cuenta por nuestras instituciones de educación superior dedicadas al estudio y desarrollo de Sistemas Informáticos.

La justificación para considerar que actualmente ya se está listo para utilizar la tecnología de reconocimiento de iris de manera segura como medio de autenticación en el uso de medios de pago digitales como el dinero electrónico, está dada porque ya existen *software* de reconocimiento de iris que trabajan a una distancia de hasta 60 cm, con gafas, lentillas y luz del día (La Vanguardia, 2016).

2.7 Estado del Arte del uso del Dinero Electrónico en el Ecuador

El uso del Dinero Electrónico en el Ecuador ha sido implementado mediante el programa gubernamental **Efectivo desde mi Celular**, el cual se activa desde

cualquier móvil (no importa el tipo, la marca ni la tecnología) marcando *153#, y ha sido definido como “un medio de pago electrónico, en dólares de los Estados Unidos de América, utilizado principalmente desde teléfonos móviles, con bajos costos y más seguro para la ciudadanía” (Efectivo, 2016). ¡Para la utilización del Dinero Electrónico es suficiente contar con un teléfono celular!

El sistema no estaría teniendo la acogida esperada, pues en Ecuador estarían registradas 66.000 cuentas de dinero electrónico, según información del BCE, cuando la perspectiva habría sido que unas 500.000 personas ingresen al sistema (MetroEcuador, 2016).

Los sistemas financieros tienen un rol vital en la economía de los países. Estos proveen ahorros, créditos, medios de pagos y productos de gestión de riesgo a la sociedad. En este sentido, los sistemas financieros inclusivos (aquellos con mayores niveles de participación por parte de individuos y firmas que utilizan los servicios financieros) son más propensos a beneficiar a la gente pobre y a otros grupos vulnerables. El objetivo principal de la inclusión financiera es proveer a la población, que no tiene acceso al mercado financiero, la oportunidad de acceder a servicios financieros como transferencias, ahorros, pagos y aseguramiento (Moncayo & Reis, 2015).

Las iniciativas de las políticas públicas deben enfocarse en corregir las fallas de mercado y eliminar las barreras no comerciales para acceder a una gama más amplia de servicios financieros (Jansen & Hannig, 2010). Las iniciativas para la construcción de sistemas financieros inclusivos vienen desde los reguladores financieros, los gobiernos y el sector bancario (Jansen & Hannig, 2010).

La falta de acceso a las finanzas puede conducir a trampas de pobreza y desigualdad (Aghion & Bolton, 1997) y, además, proporcionar acceso a los instrumentos financieros aumentaría el ahorro (Bosch, Melguizo, & Peña, 2015), la inversión productiva, el consumo (Dupas & Robinson, 2009), y el empoderamiento de las mujeres (Karlán, Ratan, & Zinman, 2014). En 2012, los porcentajes de adultos con acceso a los bancos de la zona rural y urbana en Ecuador fueron 35% y 45% respectivamente (Demirguc-Kunt, Klapper, Singer, & Van Oudheusden, 2014). Esto significa que, en ambas áreas, menos de la mitad de la población económicamente activa tiene acceso a los servicios financieros. En este escenario, es importante aumentar el acceso de la población a los servicios financieros, especialmente en el sector rural del país, a través de mecanismos de bajo costo, con fácil acceso de los ciudadanos, lograr un dinamismo en la economía, incluso en las zonas más remotas. Sin embargo, a pesar que Ecuador tiene una proporción baja de la población con acceso al sistema bancario; esto no se aplica para los teléfonos móviles. En el 2013, ¡había más líneas telefónicas móviles que ciudadanos en el país! (SENATEL, 2014).

2.8 Oportunidades del uso de Smartphone para acceder al dinero electrónico

En el Ecuador existen 16.984.298 líneas activas de telefonía móvil: 1,5 millones más que su población, que logra los 15,4 millones de habitantes. Nuestro país cuenta con tres operadoras que brindan el servicio de telefonía móvil, una de ellas es estatal, y es la que tiene menor participación en el mercado. La primera operadora del servicio es Conecel, que se la conoce en el mercado ecuatoriano como Claro, de propiedad del magnate mexicano Carlos Slim, que cuenta con 11.757.906 líneas activas, que equivale al 69,02 % del mercado. La segunda operadora del servicio es Otecel, de origen español, que se la conoce en el mercado como Movistar: cuenta con 5.019.686 líneas que equivale al 29,28 % del mercado. La tercera operadora es la empresa estatal CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones) que cuenta con apenas 309.271 clientes, que equivale al 1,7 % del mercado (Alvarado & Zúñiga Araujo, 2015).

El inmenso crecimiento de la telefonía celular en el Ecuador, acompañado del uso de *Smartphone*, ha hecho posible la implementación del Dinero Electrónico en nuestro país; para este fin, el BCE tuvo que firmar convenios con las operadoras que funcionan en el país (Alvarado & Zúñiga Araujo, 2015). El objetivo principal de este acuerdo fue determinar las condiciones técnicas, operativas, jurídicas y económicas para el enlace entre la infraestructura del **Sistema de Dinero Electrónico** del BCE con la red de las operadoras telefónicas, con el fin de que los usuarios de este Sistema realicen transacciones monetarias a través de terminales móviles (Alvarado & Zúñiga Araujo, 2015).

Según Julio Prado, presidente y director ejecutivo de la Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ABPE), el hecho de que las cuentas estén en poder del BCE y que la plataforma sea administrada solamente como un monopolio del BCE no genera confianza. Además, afirmó que existe al menos un antecedente a favor de la iniciativa privada regulada estatalmente, ¡y en un país con una idiosincrasia prácticamente idéntica a la nuestra!: en Perú, la medida se ejecutó con una plataforma privada, a través, ¡eso sí!, de una buena regulación del Estado, dando como resultado, en su primer mes, ¡la implementación de más de 100.000 cuentas! (El Universo, 2016).

El acceso y uso de servicios financieros está ligado a la reducción de la vulnerabilidad de las familias y crea mejores condiciones para la salida de la pobreza, con capacitaciones e instrumentos correctos para acceder a estos servicios, en especial en las zonas rurales. La inclusión financiera es un proceso complejo que tiene que ver con elementos de demanda, oferta y políticas públicas que promuevan un proceso de inclusión para responder a la necesidad y expectativas de la población de bajos ingresos. Actualmente, el acceso a servicios financieros en Ecuador se ha incrementado desde el 2006. El número de sucursales de bancos comerciales por cada 1000 km² pasó de 5,45 en el 2006 hasta llegar a un valor de 34,85 en el 2013: ¡un aumento del 539% en un período de ocho años! El

número de cajeros automáticos por cada 1000 km², en el mismo período, pasó de 3,08 hasta 18,01, ¡un aumento del 487%! (International Monetary Fund, 2015).

Este incremento en accesos a servicios financieros está atribuido al aumento de sucursales y corresponsales no bancarios, estos corresponsales son: "(...) canales mediante los cuales las instituciones financieras, bajo su entera responsabilidad, pueden prestar sus servicios a través de terceros que estén conectados mediante sistemas de transmisión de datos, previamente autorizados, identificados y que cumplan con todas las condiciones de control interno, seguridades físicas y de tecnología de información, entre otras" (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2014, p.145). Los más conocidos son el **Banco del Barrio**, que corresponde al Banco de Guayaquil, y **Mi Vecino**, del Banco Pichincha. En junio de 2014 había alrededor de 7.000 corresponsales no bancarios, el 50% de estos se encontraban en Quito, Guayaquil, Cuenca, Santo Domingo, Ambato, Riobamba e Ibarra (Moncayo & Reis, 2015).

Las instituciones financieras más cercanas a la población rural son las Cooperativas de Ahorro y Crédito, que agrupan alrededor de 4,6 millones de socios. Dicho sector está concentrado en Pichincha, Tungurahua, Chimborazo y Cotopaxi. El número total de las Cooperativas de ahorro y crédito en las cuatro provincias mencionadas es de 519 y cubre una población de 3.948.656 habitantes (Moncayo & Reis, 2015).

El BCE toma la iniciativa del Sistema de Dinero Electrónico para llegar a la población Rural y Urbana con una nueva alternativa de acceso a servicios financieros, el cual necesita del teléfono celular para utilizarlo como medio de pago. En el 2013 el 86,4% de los hogares posee al menos un teléfono celular (INEC, 2013). El grupo etario con mayor uso de teléfono celular activado es la población que se encuentra entre 25 y 34 años con el 76,5%, seguido de los de 35 a 44 años con el 76% (INEC, 2013). La provincia con mayor porcentaje de personas que tienen celular activado es Pichincha con el 60,9%, seguida de Guayas con el 54,2%. Mientras que Chimborazo, con el 37,4%, es la de menor porcentaje (INEC, 2013). Con estos datos, se espera eliminar las barreras geográficas para que la población tenga un fácil y rápido acceso a un medio de pago.

En el año 2013, el 20% de las personas en el Ecuador son analfabetas digitales, 9,2 puntos menos que en 2010 (INEC, 2013). Esto indica que, aunque la tasa de analfabetismo digital sigue siendo alta, está disminuyendo rápidamente. De acuerdo con los resultados internacionales del uso del teléfono móvil para la realización de pagos, se espera que sea un proyecto inclusivo exitoso.

La activación de la cuenta en el dinero electrónico así como la renovación del servicio tienen tarifa cero, mientras que la apertura de una cuenta básica en un banco y su renovación anual tienen valores de USD 5,38 y 1,65 respectivamente (Moncayo & Reis, 2015). A las instituciones financieras, por recibir una transferencia en el Sistema de Pagos Interbancarios, se le cobra al dueño de la cuenta 27 centavos, mientras que con dinero electrónico se puede cobrar hasta un máximo de

10 centavos (este valor depende del monto recibido) (Moncayo & Reis, 2015). Otra actividad del usuario es la impresión de movimientos de cuenta para tenerlos de manera física: en la institución financiera tiene un costo para el ciudadano de USD 1,63, pero el mismo servicio en el Sistema de Dinero Electrónico es de 50 centavos (Moncayo & Reis, 2015). El servicio de consulta de saldo de la cuenta y retiro de dinero de cajeros, para las instituciones financieras, cobra al usuario 45 centavos por retirar cualquier monto, y 31 centavos por imprimir el estado de cuenta (Moncayo & Reis, 2015). En el caso del Dinero Electrónico, depende de los montos, y la tarifa varía entre 5 y 15 centavos para el retiro de dinero; las consultas del estado de cuenta tienen tarifa cero (Efectivo, 2016).

3. CONCLUSIONES

Es una tendencia en aumento (y aparentemente sin vuelta atrás) la gran preponderancia que actualmente algunos negocios dan a los medios de pagos digitales, de tal manera que poco a poco se vaya volviendo obsoleta la utilización de dinero en efectivo en las transferencias comerciales y, por ende, también su porte. Esta realidad obliga a la búsqueda de nuevas maneras de disponer de los fondos que vayamos acumulando en las instituciones financieras, de manera que sea cada vez más seguro, más práctico, más efectivo, más barato, más rápido (instantáneamente si es posible) y más al alcance de la mano sin importar el lugar a donde vayamos, nos lleven o nos encontremos.

El programa gubernamental **Efectivo desde mi Celular** no debe ser tomado como una “novelería” del gobierno de turno, ¡ni tampoco como la última palabra en lo que respecta a utilización de Dinero Electrónico en el país!, sino como una medida altamente vanguardista, ¡sobretudo en nuestro medio!, y que, precisamente por esto, debería ser vista como el punto de partida hacia el auténtico desarrollo de una política financiera nacional que dé gran preponderancia al acceso, seguridad, facilidad y agilidad de los medios de pago digitales, aprovechando el nicho emergente de las transacciones comerciales y financieras a través de los servicios informáticos “en la nube”⁵, la cual es la siguiente ola (que ya se vislumbra) de esta sorprendente revolución informática en la que estamos sumergidos desde hace ya algunas décadas atrás. El continuar por la senda que va dejando la implementación de Dinero Electrónico en el país, y seguir desarrollando nuestros sistemas financieros y comerciales en consecuencia a dicha implementación, podría, a mediano y largo plazo, darlos los instrumentos adecuados (en experiencia, leyes y tecnología) para convertirnos en un país líder de nuestra región en el uso de dinero electrónico en factores tan acuciantes en la actualidad como la seguridad en la era

⁵ Paradigma que permite ofrecer servicios de computación a través de una red, que usualmente es Internet.

del “internet de las cosas⁶”: tanto de nuestra información financiera como de la manera a la que accedemos a ella de manera remota.

La tecnología biométrica de reconocimiento de iris está ya disponible en ciertos *Smartphone* de nueva generación, muy reconocidos y populares todos ellos, los cuales pueden ser adquiridos, en nuestro medio, en valores cercanos a los USD 1.500 en efectivo, o a crédito en varias cuotas mensuales que bordean los USD 80; es por esta razón que, aunque caros, no están totalmente fuera del alcance de la economía de la mayor parte de los ecuatorianos. La creciente popularización de estos *Smartphone* podría liderar la popularización del uso de dinero electrónico, puesto que resultaría muy fácil, práctico y cómodo para el usuario el no tener que llevar encima ni efectivo, ni documentos, ni tarjetas, ni memorizar clave o código alguno, sino realizar todas las transacciones comerciales y financieras que necesite únicamente por medio de dinero electrónico, al cual podría acceder automáticamente desde cualquier lugar del mundo únicamente utilizando el *software* estándar de reconocimiento de iris (ya incluido sin costo adicional en su *Smartphone* personal) para autenticar su identidad de manera tan sencilla como tomarse una *selfie*, y así tener automático acceso a todas sus cuentas registradas dentro del Sistema Financiero nacional. Es decir, sería un enorme adelanto en la búsqueda de la popularización del programa de uso de dinero electrónico en el país, el cual, con los conocimientos, tecnología y experiencia adquirida, podría incluso llegar a exportarse a otros países, siempre tan necesitados de no quedarse rezagados en la implementación del conocimiento informático a favor del comercio y las finanzas, con los consecuentes beneficios económicos que esto sin duda conllevaría para nuestro país, puesto que, en la actualidad, el conocimiento se tasa en oro.

⁶ Concepto que se refiere a la interconexión digital de objetos cotidianos con Internet.

BIBLIOGRAFÍA

- Aghion, P., & Bolton, P. (Febrero de 1997). *A Theory of Trickle-Down Growth and Development*. Recuperado el 17 de Agosto de 2016, de https://www.researchgate.net/publication/4783221_A_Theory_of_Trickle-Down_Growth_and_Development
- Alvarado, F., & Zúñiga Araujo, D. R. (2015). *El Dinero Electrónico y su incidencia en la economía ecuatoriana. Período 2014-2015*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Económicas.
- AppleInsider. (25 de Julio de 2016). *Rumor: New iPhones with secure iris scanners coming in 2018*. Recuperado el 15 de Agosto de 2016, de Katie Marsal: <http://appleinsider.com/articles/16/07/25/rumor-new-iphones-with-secure-iris-scanners-coming-in-2018>
- Bilbao, N. (13 de Octubre de 2014). *Silicon*. Recuperado el 16 de Agosto de 2016, de El Mercado de Biometría se multiplicará por 4 hasta el 2020: <http://www.silicon.es/el-mercado-de-biometria-2020-2275754>
- Bosch, M., Melguizo, A., & Peña, E. X. (Junio de 2015). *Savings under formal and informal conditions*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2015/06/WP_15-19_BBVA-Working-Paper-Savings-Informality.pdf
- Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., & Van Oudheusden, P. (2014). *The Global Findex Database 2014*. Recuperado el 18 de Agosto de 2016, de Measuring Financial Inclusion around the World: <http://documents.worldbank.org/curated/en/187761468179367706/pdf/WPS7255.pdf>
- Dupas, P., & Robinson, J. (Enero de 2009). *Savings Constraints and Microenterprise Development: Evidence from a Field Experiment in Kenya*. Recuperado el 16 de Agosto de 2016, de <http://econpapers.repec.org/paper/nbrnberwo/14693.htm>
- Efectivo. (2016). *Desde mi Celular*. Recuperado el 16 de Agosto de 2016, de <http://efectivo.ec/que-es/>
- El Universo. (23 de Mayo de 2016). Dinero electrónico es una buena idea mal aplicada en Ecuador, según presidente de bancos privados.
- Ex-Clé. (27 de Julio de 2016). *Soluciones Biométricas*. Recuperado el 17 de Agosto de 2016, de Entidades financieras apuestan por la biometría: <http://www.ex-cle.com/entidades-financieras-apuestan-por-la-biometria/>

Galvis Traslaviña, C. M. (Febrero de 2007). *Introducción a la biometría*. Recuperado el 15 de Agosto de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos43/biometria/biometria3.shtml>

HonduDiario. (17 de Agosto de 2016). *TOTAL SEGURIDAD A TUS DATOS CON ESCÁNER DEL IRIS DEL GALAXY NOTE7*. Recuperado el 19 de Agosto de 2016, de Redacción HonduDiario: <http://hondudiario.com/2016/08/17/total-seguridad-a-tus-datos-con-escaner-del-iris-del-galaxy-note7/>

INEC. (2013). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2013*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf

International Monetary Fund. (2015). *Press Release: IMF Releases 2015 Financial Access Survey Data*.

Jansen, S., & Hannig, A. (Diciembre de 2010). *Financial Inclusion and Financial Stability: Current Policy Issues*. Recuperado el 16 de Agosto de 2016, de <http://www.adb.org/sites/default/files/publication/156114/adbi-wp259.pdf>

Karlan, D., Ratan, A. L., & Zinman, J. (4 de Febrero de 2014). *SAVINGS BY AND FOR THE POOR: A RESEARCH REVIEW AND AGENDA*. Recuperado el 15 de Agosto de 2016, de <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4358152/>

La Vanguardia. (s.f.).

La Vanguardia. (8 de Agosto de 2016). *COMUNICADO: EyeLock lanza la tecnología de reconocimiento de iris para trabajar a una distancia de 60 cm*.

M-Commerce. (2014). *Comercio Electrónico*. Recuperado el 19 de Agosto de 2016, de *SISTEMAS DE PAGO MÓVIL BASADOS EN BIOMETRÍA*: <http://leo-yac.wix.com/comercio-electrocico#!/sistemas-de-pago-basados-en-biometria/c1nw8>

MetroEcuador. (6 de Junio de 2016). *66 000 cuentas de dinero electrónico habrían en Ecuador*. Recuperado el 15 de Agosto de 2016, de <http://www.metroecuador.com.ec/noticias/66-000-cuentas-de-dinero-electronico-habrian-en-ecuador/rUrpff---MnQSdnSXNEXDs/>

Moncayo, J., & Reis, M. (2015). *Un análisis inicial del Dinero Electrónico en Ecuador y su impacto en la inclusión financiera*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de https://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/publication_files/analisis_inicial_del_dinero_electronico_en_el_ecuador_y_su_impacto_en_la_inclusion_financiera_presentacion_cuestiones_economicas.pdf

SENATEL. (2014). *Estudio sobre El aumento de suscriptores de telefonía celular Ecuador 2013*.

Superintendencia de Bancos y Seguros. (27 de Agosto de 2014). *NORMAS GENERALES PARA LAS INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO*. Recuperado el 17 de Agosto de 2016, de http://www.superbancos.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/nueva_codificacion/todos/L1_II_cap_I.pdf

Visa International. (Primero de Agosto de 2016). *Los consumidores españoles preparados para la biometría como método de pago*. Recuperado el 18 de Agosto de 2016, de <https://www.visaeurope.es/sala-de-prensa/los-consumidores-espanoles-preparados-para-la-biometria-como-metodo-de-pago-1502229?returnUrl=/sala-de-prensa/listing>

008. ESTRATEGIAS PARA LA CAPTACIÓN DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Autores:

Michelle Alexandra Molina Haro

mmolina@ecotec.edu.ec

Admisiones, Universidad Tecnológica ECOTEC
Ingeniera en Administración de Empresas.
Guayaquil-Ecuador

Luisa León Vega

lleon@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador
Docente Titular de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Ingeniera en Gestión Empresarial, Máster en Administración de Empresas
Guayaquil-Ecuador

Resumen

El objetivo de la presente investigación es analizar la incidencia de la implementación de estrategias de gestión, puestas en marcha a mediados del 2015, para aumentar la captación de estudiantes que ingresan mediante el curso de nivelación a la Universidad Tecnológica ECOTEC.

La metodología que se utilizó fue el análisis estadístico de los datos inherentes a los cursos de nivelación, además de entrevistas a estudiantes que ingresan por ese medio a la universidad.

Dentro de los resultados obtenidos se destaca que los estudiantes de colegios son la base de la captación de estudiantes que se matriculan en las diferentes Facultades, además se comprobó que las estrategias implementadas tuvieron una afectación positiva, incrementándose el número de estudiantes que ingresan a la universidad.

Palabras claves

Estrategia, Gestión de procesos, Reingeniería de procesos y Estudiantes universitarios.

Introducción

Los cambios a nivel educativo que han existido en el Ecuador en los últimos años han llevado a la Institución a una mejora en los procesos, y uno de ellos es la captación de estudiantes que ingresan mediante el curso de nivelación. En la misma temática se debe exponer que un indicador clave en la universidad es, que los estudiantes que toman sus cursos de nivelación, los aprueben y sobre todo su experiencia en el mismo se traduzca en el registro correspondiente en el siguiente periodo académico, por lo tanto, la calidad de la enseñanza, la ubicación geográfica, la flexibilidad de horarios, la posibilidad de la internacionalización son factores claves a la hora de tomar la decisión de estudiar en una universidad u otra.

En el Ecuador existen Instituciones de Educación Superior (IES) de carácter público, cofinanciadas y privadas. Debe puntualizarse que la diferencia entre la universidad privada y la pública es que la segunda recibe una asignación presupuestaria por parte del Estado y la particular no, por lo tanto sus ingresos se dan por medio de la autogestión.

En el año 2013, 346.326 bachilleres ecuatorianos decidieron continuar con su formación de tercer nivel en establecimientos públicos, mientras que las entidades privadas acogen a 62.018 y las cofinanciadas 47.438. Esto significa que el 76% de jóvenes que estudian a nivel superior lo hacen en universidades del Estado, el 14% en universidades privadas y el 10% en las entidades cofinanciadas, el 18% de acuerdo a las cifras, no asisten a la universidad. (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica, 2013)

Al ver la tendencia que existe por parte de los estudiantes a cursar sus estudios superiores en una universidad pública, radica la importancia de realizar una gestión que permita brindar un entorno adecuado para que los estudiantes tomen la decisión de inscribirse en la Universidad Tecnológica ECOTEC.

En el Ecuador se ha suscitado una crisis económica que ha afectado a todos los sectores y la universidad no es ajena a ella, por lo que se ha visto mermada en la cantidad de estudiantes que optan por prepararse en la Institución, que es de carácter privado; llegando a tener un decrecimiento entre el año 2014 y 2015 del 22.31%, es decir, se pasó de tener de 399 estudiantes a 310 que ingresaron por medio del curso de nivelación.

El decrecimiento de estudiantes que ingresan por curso de nivelación, llevó a las autoridades a considerar diversas medidas para contrarrestar esta tendencia, por lo que se analizará la incidencia de la implementación de las estrategias en el ingreso de estudiantes a la universidad.

Desarrollo

Para conocer si las estrategias tuvieron un impacto positivo o negativo en la captación de estudiantes que ingresaron a la Universidad Tecnológica ECOTEC mediante el curso de nivelación, se utilizó como instrumento metodológico para el análisis, la revisión de datos estadísticos y la entrevista a estudiantes que ingresaron a la institución en el periodo de análisis.

En primer lugar se analizó a los estudiantes que tomaron el curso de nivelación, luego los que efectivamente lo aprobaron y como esto se traduce en el posterior registro en la Universidad, lo que permitió conocer la tasa de registro en los periodos académicos posteriores a los cursos de Nivelación 2014-2016.

Respecto a las entrevistas, la finalidad fue conocer qué motivo a los estudiantes a ingresar a la Universidad Tecnológica ECOTEC y cuáles son sus propuestas de mejora, para poder corroborar que los datos estadísticos guardan relación con la variable cualitativa y con la implementación de las estrategias.

Estrategia

En un entorno cambiante en el que actualmente se encuentran las Instituciones de Educación Superior, es importante plantearse objetivos a corto, mediano y largo plazo, los que a su vez cuenten con políticas y planes necesarios para consecución de las metas propuestas. Alfred Chandler Jr. en su libro *Strategy and Structure*, define estrategia "...como la determinación de metas y objetivos básicos de largo plazo de la empresa, la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para lograr dichas metas..."v (Emprendices, 2013)

Un plan estratégico se descompone en varias etapas, según (Cañizares, 1998) se segrega en 5 grandes grupos y como en todo proceso administrativo o de gestión se debe realizar el seguimiento y la retroalimentación necesaria para asegurar que los objetivos planteados se cumplan y de ser el caso realizar los ajustes necesarios.

- I. **Etapa Filosófica:** Dentro de esta etapa se encuentra la misión donde se enmarcan la finalidad de la empresa, el propósito de la misma, la razón de ser de la compañía. Luego de esto se encuentra la visión que es lo que se anhela para la empresa, empleados, clientes y que debe estar en función de la realidad del país. La visión debe estar expresada en términos generales y no numéricos, debe ser motivadora., comprometedora y real para cumplir con lo se quiere lograr. Finalmente se determinan los valores corporativos e institucionales que todos en la organización deben practicar.
- II. **Etapa Analítica:** Aquí se hace el diagnóstico empresarial, siendo el más conocido el de las Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA). Las amenazas y oportunidades provienen del análisis del entorno externo del negocio, las fortalezas y debilidades del entorno interno.

- III. **Etapa de Definir Objetivos y Estrategias Generales:** Gracias al diagnóstico se establecen los objetivos y estrategias generales de la empresa que se quiere ser y se define el cómo va a lograrse. Los objetivos son los resultados globales que una institución anhela alcanzar en cierto límite de tiempo (mediano y largo plazo). Se fija una meta numérica que debe ser posible medir o comparar con el sector económico en que se clasifica la empresa, y además se establece un plazo para lograr los objetivos propuestos.
- IV. **Etapa de Definir estrategias y acciones por unidad de negocio:** Con la colaboración de mandos medios y en base a los objetivos definidos se establecen estos puntos; es aquí donde se preparan los planes comerciales y operativos, además se realiza la consolidación de los presupuestos de cada unidad de negocio y deben estar alineados a los objetivos determinados con anterioridad.
- V. **Etapa de difusión:** Debe difundirse a todo nivel, concientizar al personal que hay que cumplirlo a cabalidad y además entrenarlo y motivarlo durante el proceso.

En la primera etapa se debe definir, objetivos, recursos y actividades dentro de la organización, en la segunda se realiza un diagnóstico del entorno y de la institución para posteriormente definir la estrategias a las que se debe alinear toda la organización para alcanzar las metas propuestas. Finalmente se definen las estrategias por unidades de trabajo y se difunde lo planteado a toda la institución.

Según Peter Drucker, la información es la base primordial para formular una estrategia por eso la define como un intento por organizar información cualitativa y cuantitativa, de tal manera que permita la toma de decisiones efectivas en circunstancias de incertidumbre, puesto que las estrategias deben basarse más en criterios y análisis objetivos que en las experiencias o la intuición que en no todas las organizaciones ni a todos los gerentes les funciona. (Guzmán, Isaac, 2014). Dentro del plan estratégico es fundamental tres aspectos: la planificación, la ejecución y el control pero el eje transversal debe ser los indicadores de desempeño asociados a los objetivos trazados, para poder evaluar la gestión.

Gestión y reingeniería de procesos

La Universidad Tecnológica ECOTEC en el año 2008 incorpora a los procesos las normas de calidad ISO 9001, ocasionando mejoras en la calidad de los servicios tanto administrativos como académicos. En el año 2013 con la creación del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEEACES), las universidades entraron a un proceso de revisión por parte del estado, donde la Universidad fue acreditada, lo que significa que funciona dentro de los estándares de calidad deseados.

Todo lo anterior ocasiona que las universidades del Ecuador estén en un proceso continuo de mejoras, por lo que la Universidad Tecnológica ECOTEC proyecta ampliar la oferta académica además de desarrollar y potenciar áreas estratégicas.

Dentro de las mejoras que se han planteado, están los procesos académicos-administrativos que son liderados de acuerdo al organigrama institucional por los vicerrectores académicos y administrativos respectivamente.

El Departamento de Admisiones se encarga básicamente de la captación de los estudiantes, quienes luego pasan a un curso de nivelación que se imparte con el sello de la institución en cuanto a calidad y rigurosidad académica donde los estudiantes tienen ya su primera exigencia en cuanto a desempeño académico, pues deben aprobar todas las asignaturas.

La reingeniería sirve no solamente para aquellas empresas con problemas, también se las implementa en las exitosas y prósperas que quieren mantenerse como líderes en el mercado. Los motivos principales para optar por una reingeniería son la competencia en primer lugar, la rentabilidad, la participación de mercado y luego el valor de las acciones. Las metas más importantes son: aumento de la rentabilidad, mayor satisfacción del cliente, disminución de costos, aumento de ingresos, mejoramiento de la calidad, más productividad, aumento de la participación del mercado, mayor precisión y rapidez en las operaciones.

El mayor énfasis en una reingeniería es en mejorar los procesos estratégicos en donde se pueda obtener un valor agregado importante. Las etapas que un proceso de reingeniería debe cumplir son las siguientes:

- I. Preparación:** Luego de aceptar la necesidad de mejora de procesos, se escoge al equipo, se lo capacita, motiva, se definen parámetros de programación, riesgos y costos. Finalmente se aprueba el plan inicial y se arranca.
- II. Identificación:** Se debe precisar el tipo de negocio que se tiene y las características del cliente que se va a atender. Se deben medir los actuales rendimientos y establecer la situación en que se encuentra. Asimismo se debe inventariar los procesos usados y de estos definir cuáles son estratégicos. Se revisa también que recursos se tiene y se prioriza en los procesos que mayor impacto se va a recibir.
- III. Visión:** Se visualiza el ideal externo e interno de la compañía. Se analiza los procesos con los que se trabaja y se mejoran primero de manera teórica. Es importante entender la estructura y flujo de los procesos escogidos para rediseñarlos, además de identificar los elementos, problemas y más situaciones actuales de los procesos.
- IV. Soluciones técnicas y sociales:** Se precisa el diseño técnico y la dimensión del nuevo proceso. En la solución técnica se describirá la tecnología, normas, políticas, procedimientos, sistemas, flujo operativo y controles que se implementarán. En la solución social se describe la nueva organización, el personal que se va a emplear, los ascensos o retiros, las nuevas responsabilidades, los programas de entrenamiento y motivación, planes de incentivos, remuneración por objetivos, entre otros. En esta etapa se planifica la

implementación y se define la reingeniería informática que va a cubrir el proceso desde el inicio hasta el final.

V. Transformación: En este punto se materializa la visión del proceso. Se hace la realidad del diseño del sistema de reingeniería, para de inmediato ejecutarlo. Se desarrollan planes de prueba y de introducción antes de aplicarlo totalmente. Se evalúa al personal al personal permanentemente, de ser necesario se lo re entrena o se prescinde del mismo. Es recomendable hacer pruebas piloto para rectificar procedimientos, trabajar en equipo, monitorear constantemente el proceso. Cuando se está en pleno proceso de ejecución hay que evaluar resultados, estudiar la reacción de los clientes, observar la última línea del balance, para ajustar. Es obligatorio mejorar continuamente, comprobar mediciones reales y objetivas entre la transición del pasado al presente y futuro para determinar si la reingeniería fue efectiva. (Cañizares, 1998)

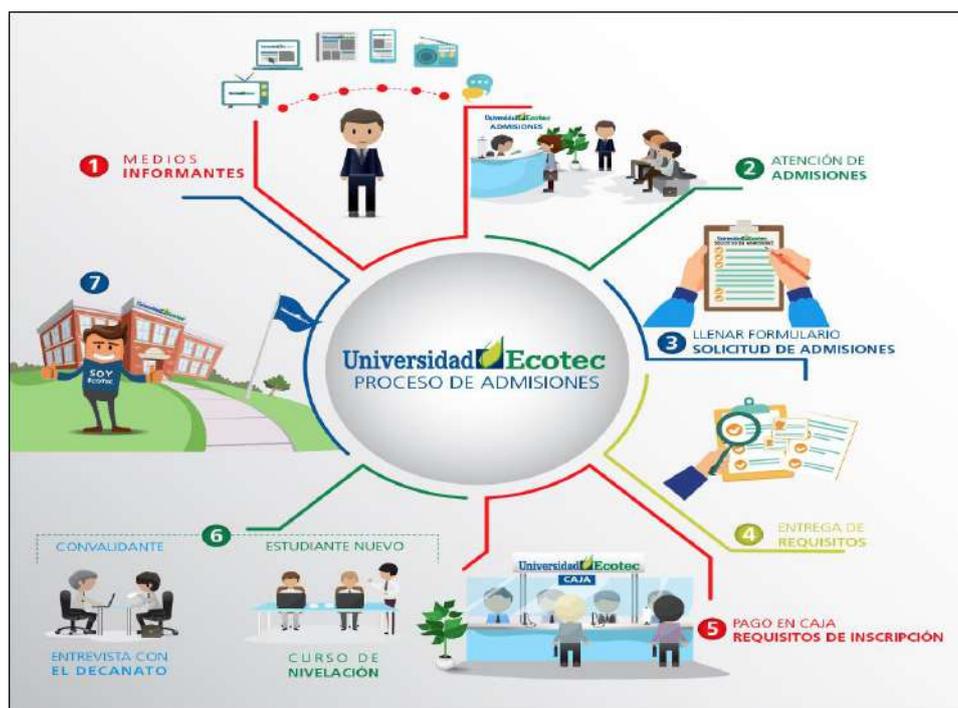
Lo meritorio de una reingeniería es haber hecho un correcto diagnóstico de los procesos estratégicos para luego capacitar a las personas que los ejecutan de tal suerte que la organización se vea fortalecida y la estrategia se alinee a la visión de una nueva manera de hacer las cosas.

Referentes de la gestión educativa

El cambio del modelo educativo y administrativo comienza en la Universidad en el año 2012 con la construcción del nuevo campus en Samborondón. A comienzos del 2014, a la par del inicio de las actividades en el campus se implementa el departamento de planificación, se reestructuran todos los departamentos y se crean unidades de apoyo a la gestión académica como son nivelación, publicaciones, investigación entre otros.

Cabe mencionar que el éxito de las empresas es descubrir lo que son y lo que desean ser, mejorar sus debilidades, consolidar sus fortalezas, convertir amenazas en oportunidades, armonizar lo que se quiere ser, con el cómo hacerlo y cuánto va a costar para elaborar un presupuesto real, conseguir el compromiso de toda la organización y así ejecutar una gestión gerencial de excelencia. Para la universidad ha sido una evolución en los procesos y en el cómo hacer las cosas, estos cambios o mejoras según al objeto de estudio se consideran de acuerdo a estrategias implementadas en el año 2015.

Figura 1 Proceso de Admisión de Estudiantes



Fuente y Elaboración: Departamento de Marketing Universidad Tecnológica ECOTEC

Como se puede observar en la Figura 1, este proceso consta de 6 partes que empieza con la publicidad para la captación de estudiantes, luego la materialización del mismo con la atención en el departamento de admisiones donde el estudiante llena la solicitud y entrega la documentación, para luego pasar por la caja haciendo el pago para la inscripción en el curso de nivelación o para ingresar a través de la homologación de las materias.

Todo este proceso es lo que ha permitido que se agilite el tema de captación evidenciando la planificación estratégica y la reingeniería aplicada para la optimización en todas las fases y con la apertura a cualquier reforma que se oriente a la mejora en su conjunto de lo establecido en la infografía aquí presentada.

Continuando con el análisis, en mayo del 2015 se implementa la pensión diferenciada en un rango que oscila entre \$250 y \$375, asimismo se tiene convenios con Colegios e Instituciones que les otorga entre un 10 y 15% de descuento sobre la pensión que deben pagar de acuerdo al rango. Esto ayuda a los diferentes estudiantes en función del colegio o universidad de procedencia.

Análisis del Entorno

Es importante comenzar el análisis con la postura de la política del Gobierno que indica lo siguiente: Para el período 2013-2017 proponemos el establecimiento de

una formación integral a fin de alcanzar la sociedad socialista del conocimiento. Ello nos permitirá dar el salto de una economía de recursos finitos (materiales) a la economía del recurso infinito: el conocimiento. Es preciso centrar los esfuerzos para garantizar a todos el derecho a la educación, bajo condiciones de calidad y equidad, teniendo como centro al ser humano y el territorio. Fortaleceremos el rol del conocimiento, promoviendo la investigación científica y tecnológica responsable con la sociedad y con la naturaleza. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

Tabla 1 Objetivos del Plan Nacional de Buen Vivir para la Educación

4.2. Aumentar el porcentaje de personas entre 18 y 24 años con bachillerato completo al 78,0%
<i>61,6% Porcentaje de personas entre 18 y 24 años con bachillerato completo</i>
4.5. Aumentar la matrícula en educación superior al 50,0%
<i>39,6% Tasa bruta de matrícula en educación superior</i>

Fuente: Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017

Elaboración: Autora

Este objetivo es tal vez el más importante porque el gobierno nacional reconoce que la única manera de que los ecuatorianos se desarrollen y potencialicen sus capacidades es a través de la educación que les provee los conocimientos necesarios. Luego de revisado esto que se desprende del objetivo 4 del Plan Nacional del buen vivir es importante verificar los aspectos poblacionales del Ecuador.

De acuerdo a las estadísticas globales del Ecuador en función del censo de población realizado en 2010 se puede ver que la población va creciendo a una tasa de casi 6% ubicándose en casi 17 millones y medio de personas al 2020. Asimismo la población que sería susceptible de estudiar en universidades que están entre los 15 y 64 años son más del 60%, es decir, 11 millones 100 mil personas. En cuanto a los que trabajan en relación en dependencia y que deben haber estudiado al menos la secundaria y que es deseable que pasen por la educación superior son al 2020 el 56.56%, es decir son 6.632.000 personas.

La demanda de futuros estudiantes de acuerdo a datos del Ministerio de Educación entre 2013 y 2014 es de cerca de 50.000 bachilleres. Lo anterior se relaciona con la tasa de matrícula por nivel de educación en el periodo 2007-2013 en porcentajes, cuyos datos los registra el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) donde se considera a estudiantes entre 18 a 24 años de edad y que al 2013 a nivel nacional estaba en un 26.6%, siendo la urbana el 32.2% y la rural el 13.4%. De todos estos datos se desprenden que existe una demanda latente de estudiantes

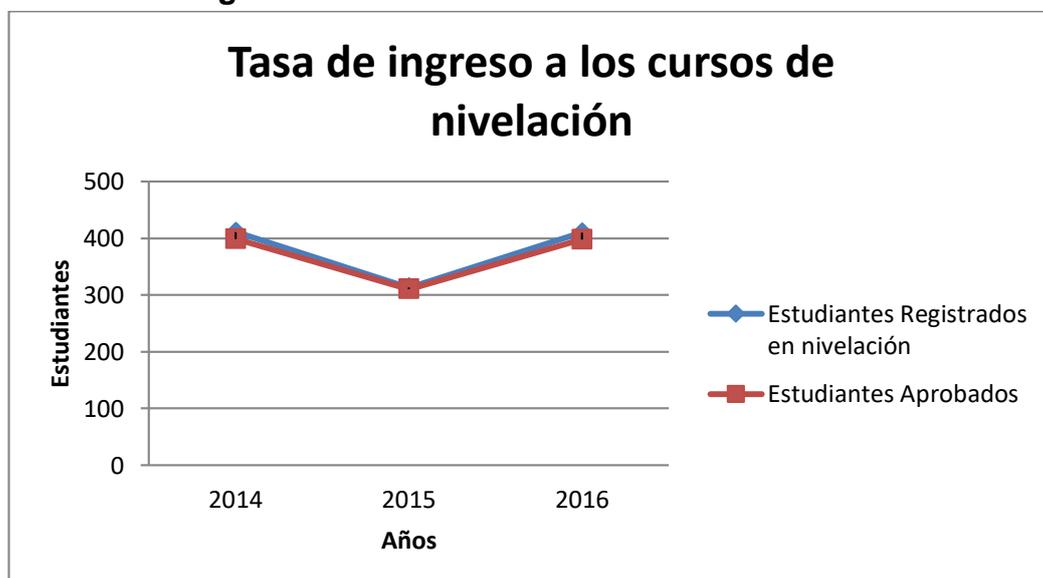
que desean completar sus estudios con la educación superior pero la tasa de matriculación respecto al objetivo aún está baja pues la meta es llegar al 50%.

Análisis de la Institución

Una vez estudiados los datos macro sobre el objeto de estudio es necesario presentar lo referente a la Universidad. Lo primero a analizarse serán los estudiantes que tomaron el curso de nivelación durante los periodos 2014, 2015 y 2016 (hasta mayo del presente año), ya que será el insumo para análisis posteriores.

Como se puede observar en la figura 2, los estudiantes que tomaron el curso de nivelación entre los años 2014 y 2016 fueron 1.134, de los cuales 1.107 lo aprobaron lo que representa un 98% entre esos años. Dentro del curso de nivelación se imparte un taller de inducción universitaria y tres materias que son Emprendimiento, Pre Cálculo y Metodología de la investigación; para que el estudiante apruebe el curso, no debe haber suspendido ninguna de estas asignaturas ni la inducción.

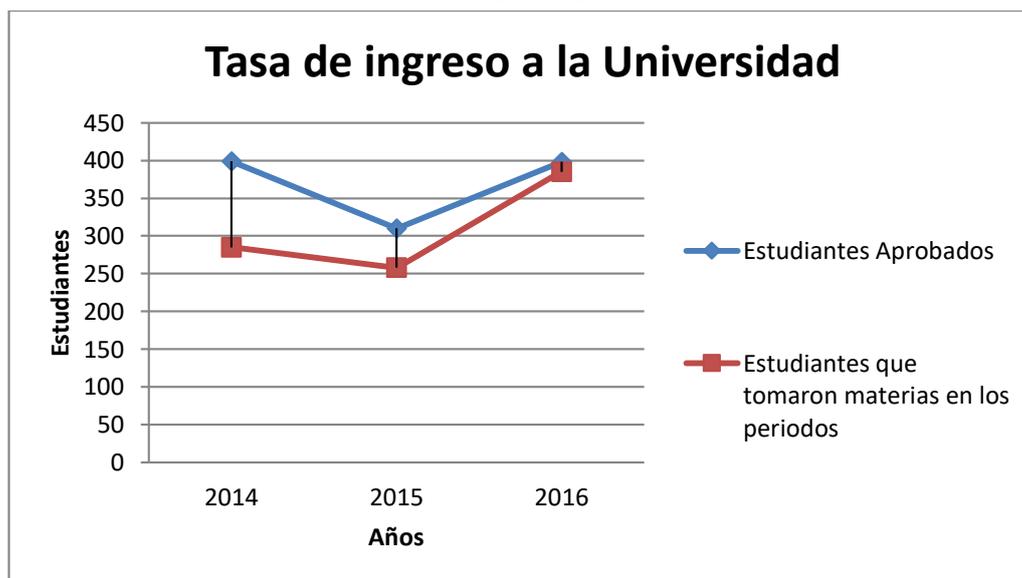
Figura 2 Tasa de Ingreso de los cursos de Nivelación 2014-2016



La variación de estudiantes que se registraron en los cursos de nivelación entre el año 2014 y 2015 fue decreciente, con un 31% menos de estudiantes; es decir se pasó de tener registrados 411 estudiantes a tener 313 para el 2015. Para el año 2016, sucede la misma variación pero en positivo, logrando recuperar la cantidad de estudiantes que se había dejado de tener en el curso de nivelación; esto no necesariamente se traduce en la cantidad de estudiantes registrados en los periodos académicos posteriores, por lo que se debe proceder a analizar la tasa efectiva de registro en semestre.

Según la figura 3, en el año 2014, de los 399 estudiantes que aprobaron el curso de nivelación únicamente 285 se registraron en los semestres posteriores, es decir la tasa de matriculación en ese periodo fue del 71%. En el año 2015 hubo un decrecimiento 10.47% de estudiantes que se registraron en los periodos académicos respecto del 2014, pasando a matricularse 258 estudiantes; pero en este mismo periodo se evidencia que la tasa de matriculación se acorta en un 12%, pasando a tener 83% de tasa de matriculación, comenzando a verse los frutos de la gestión de la universidad.

Figura 3 Tasa de Registro en los periodos académicos de los estudiantes que aprobaron los cursos de Nivelación 2014-2016



Al ser una universidad que se encuentra ubicada en la región costa del país, la finalización de las clases en los colegios es en febrero, y siendo los bachilleres la principal fuente de ingreso de estudiantes a los cursos de nivelación, se evidencia en el primer semestre 2016 un despunte de la cantidad de estudiantes que se registraron en la universidad, pasando a tener una diferencia de únicamente el 3%, entre los estudiantes que tomaron el curso de nivelación y los que se registraron en el semestre, es así que la gestión educativa, su planeación estratégica y la reingeniería de procesos los pilares fundamentales para mejorar la captación de estudiantes.

En las entrevistas realizadas a los estudiantes, mencionan que un tema importante es la pensión diferenciada, ya que les permitió ingresar con una pensión acorde al nivel de ingreso percibido. También señalan que el ambiente que existe en la universidad es muy bueno, el proceso de ingreso no es complejo y brinda las facilidades necesarias para realizarlo de manera eficiente; por otro lado manifestaron respecto a las instalaciones, que deberían haber más canchas deportivas, lugares de venta de alimentos, mayor cantidad de recorridos de buses y eventos sociales como fiesta de integración, siendo estos factores que ayudarían a tomar la decisión

de ingresar pero aclaran que no son determinantes en el momento de elegir una universidad.

Conclusiones

Se evidencia que ha tenido una afectación positiva la implementación de las estrategias pues se han incrementado el número de estudiantes, así como el número de registros de los mismos en los diferentes períodos académicos.

La reingeniería de procesos y la implementación de la pensión diferenciada fueron las estrategias de gestión adoptadas por la universidad que tuvieron incidencia positiva, dando lugar al incremento del número de estudiantes que ingresaron mediante el curso de nivelación en los años analizados.

Se comprobó que el 97% los estudiantes que aprobaron los cursos de nivelación en el primer cuatrimestre del 2016, se matriculó en la universidad; reduciendo las diferencias porcentuales en la tasa de ingreso registradas en los años 2014 y 2015.

Las visitas a colegios y participación en ferias deben mantenerse, sumada a una estrategia de redes sociales para llegar a los estudiantes que hoy en día se comunican de esta forma. Se debe considerar que existen factores que son importantes a la hora de tomar la decisión de ingreso que son la calidad académica y servicio, que forman parte del sello institucional que se asienta desde el inicio de la carrera universitaria.

Si bien la implementación de las estrategias ha tenido un efecto positivo, se deben fortalecer ciertos puntos a futuro, como lo mencionan los estudiantes, el habilitarse un complejo deportivo, ampliar restaurante, implementar residencias universitarias y recorrido de buses. Asimismo esto se debe complementar con la oferta de post grado y la enseñanza on line, por lo que esta información sirve de insumo para futuras estrategias.

Bibliografía

- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica. (20 de Mayo de 2013). Andes. Recuperado el 27 de Febrero de 2016, de Andes: <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/ecuador-registro-555782-estudiantes-educacion-superior-2012.html>
- Cañizares, D. (1998). Carta a mis compañeros de trabajo. En D. Cañizares, Carta a mis compañeros de trabajo (págs. 95-98). Cuenca: Monsalve.
- Emprendices. (10 de Enero de 2013). Emprendices. Obtenido de Emprendices: <https://www.emprendices.co/que-es-una-estrategia-y-como-se-elabora/>
- Guzmán, Isaac. (16 de Marzo de 2014). Academia. Recuperado el 15 de Mayo de 2016, de Academia: http://www.academia.edu/9159378/Isaac_Guzm%C3%A1n_Valdivia
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2 de Enero de 2009). Senplades. Recuperado el 2016 de 10 de Febrero, de Senplades: <http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional#tabs2>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. Quito: Senplades.
- Sudamérica, A. P. (20 de Mayo de 2013). Andes. Recuperado el 27 de Febrero de 2016, de Andes: <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/ecuador-registro-555782-estudiantes-educacion-superior-2012.html>
- Sudamérica, Agencia Pública de Noticias del Ecuador . (20 de Mayo de 2013). Andes. Recuperado el 27 de Febrero de 2016, de Andes: <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/ecuador-registro-555782-estudiantes-educacion-superior-2012.html>
- Universidad Tecnológica ECOTEC. (5 de Mayo de 2016). Universidad Ecotec. Obtenido de Universidad Ecotec: <http://www.ecotec.edu.ec/>

009. ESTUDIO DE CASO DE ALMACENAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PESCA BLANCA EN LA BODEGA DE ACOPIO “ÁNGEL DEL MAR” APLICANDO DERIVADAS EN RELACIÓN A COSTOS E INVENTARIOS, (APLICACIÓN NIC 2), EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, CANTÓN SALINAS, PERIODO 2014-2015

CASE STUDY OF STORAGE AND MARKETING OF WHITE FISHING IN THE CELLAR COLLECTION "Sea Angel" Applying ARISING IN CONNECTION WITH COSTS AND INVENTORIES (IAS 2 APPLICATION), IN THE PROVINCE OF SANTA ELENA, SALINAS CANTON, 2014-2015

Autores:

Arturo Gustavo Benavides Rodríguez¹

Germán Luis Mosquera Soriano²

Resumen

La distribución y venta de los productos de la pesca en Santa Elena se ha constituido en un factor importante en la economía local y fuente primordial de ingreso familiar, sin embargo su almacenamiento y comercialización no es el más adecuado e idóneo, tal es el caso de una de las bodegas de acopio más populares del sector, esta es la Bodega de Acopio “Ángel del mar”, microempresa que se dedica al almacenamiento y comercialización de pesca blanca dentro del Puerto Santa Rosa del Cantón Salinas. En tal sentido la idea central de este trabajo es analizar su modo de funcionamiento y administración, en cuanto a sus dos actividades principales: el abastecimiento en las bodegas y el expendio de los peces, sobre todo en los tiempos críticos (vedas), aplicando ciertos métodos matemáticos y relacionándolos con las normativas ecuatorianas de pesca. El trabajo propone una lectura de la percepción que tiene el propietario respecto de su empresa y el entorno económico que estos negocios a escala afectan directamente en la economía local.

Palabras clave: Almacenamiento, Comercialización, Estudio económico, Pesca blanca, Relación costo e inventarios.

1. Investigador acreditado Adscrito por la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena – Ecuador (UPSE), Magister, Doctorando en Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Dirección de correo: abenavides@upse.edu.ec
2. Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena – Ecuador, Master en Finanzas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Dirección de correo: gmosquera@upse.edu.ec

Abstract

The distribution and sale of fishery products in Santa Elena has become an important factor in the local economy and major source of household income, but its storage and marketing is not the most appropriate and suitable, as in the case of one of the most popular wineries collection industry, this is the winery of Collection "Sea Angel" micro-enterprise that is dedicated to the storage and sale of white fish in the Puerto Santa Rosa Salinas Canton. In this respect the thrust of this paper is to analyze its mode of operation and management, in terms of its two main activities: providing in the cellars and the sale of fish, especially at critical times (closures), applying certain mathematical methods and relating with Ecuadorian fishing regulations. The paper proposes a reading of the perception about their own business and the economic environment affecting these businesses to scale directly into the local economy.

Keywords: Storage, Marketing, Economic study, White fish, Cost and inventory.

1. Introducción

La pesca en el mercado de Santa Elena

La provincia de Santa Elena, de acuerdo al reporte de la Subsecretaria de Recursos Pesqueros del año 2013 tiene un total de 31 caletas pesqueras (Subsecretaría de Recursos Pesqueros, 2012); la pesca se desarrolla a lo largo del perfil costero. Es precisamente esta riqueza ictiológica, dada por la condición de ser un país frente al mar lo que genera una gran diversidad biológica, encontrándose abundantes especies de valor comercial, esa posibilidad siempre a la mano de tener garantizado el sustento, la que explica el relativo nivel de permanencia de las poblaciones del perfil costero.

La pesca constituye una de las actividades económicas más importantes en la Provincia de Santa Elena, siendo la primera de estas la actividad principal del sustento familiar en todo el perfil costanero. El cantón Salinas, como un referente pesquero a nivel provincial, cuenta con dos puertos importantes en donde se realiza con mayor énfasis la comercialización de las diferentes especies, razón por la que aquí se ubican la mayor cantidad de bodegas de acopio de pesca blanca y mariscos, estos puertos son: Anconcito, y Santa Rosa.

1. Investigador acreditado Adscrito por la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena – Ecuador (UPSE), Magister, Doctorando en Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Dirección de correo: abenavides@upse.edu.ec
2. Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena – Ecuador, Master en Finanzas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Dirección de correo: gmosquera@upse.edu.ec

Por años, el trabajo de los habitantes de estos dos sitios ha consistido en la pesca, siendo artesanal e industrial (pesca de altura), predominando la pesca artesanal en dichos puertos pesqueros. Las bodegas de acopio juegan un importante rol en el mercado sectorial; básicamente el proceso de comercialización que realizan sus propietarios consiste en tres etapas:

- 1) Los dueños de las embarcaciones negocian directamente la mercadería,
- 2) Luego el acopio de las especies en el almacenamiento, y,
- 3) Mercadeo con los clientes nacionales o extranjeros (Robbins , 2004).

Es necesario considerar que durante el año, existen dos periodos críticos de veda que son en los meses de Marzo y Septiembre, periodos donde se restringe la captura de las diferentes especies, lo que ocasiona que se disminuyan considerablemente los ingresos, esta restricción da lugar a que estratégicamente se comercialice los stocks de reservas existentes en los inventarios de las diferentes bodegas.

Para nuestro caso de estudio que es la actividad económica (almacenamiento y comercialización), incorpora un mercado a quién vender, por lo que es necesario contar con facilidades para desembarcar y conservar la producción (muelles, puertos, cadenas de fríos, bodegas de almacenamiento)

La Pesca en el mercado de Anconcito - Santa Rosa

La producción pesquera es una de las actividades que predomina en el Cantón Salinas (Anconcito-Santa Rosa), en esta actividad intervienen diferentes factores, que hacen de esta un tema interesante de estudio, se puede identificar claramente como a través de las diferentes etapas se va desarrollando la misma, por lo que se puede denotar la relación que tienen los costos e inventarios en el almacenamiento y comercialización de la pesca blanca.

Algunos de los microempresarios que participan en esta actividad pesquera, desconocen sobre los mecanismos necesarios para manejar eficazmente la administración de sus locales, y más aún, no han analizado los resultados de los costos de ventas anteriores con los actuales, creando un ambiente de incertidumbre en la organización, provocando en ciertas ocasiones, inversiones innecesarias (Zapata Sanchez , 2011).

Es importante resaltar el rol que tienen dentro de esta actividad los inventarios, es decir, las entradas y salidas de pesca con la que cuentan las

1. Investigador acreditado Adscrito por la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena – Ecuador (UPSE), Magister, Doctorando en Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Dirección de correo: abenavides@upse.edu.ec
2. Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena – Ecuador, Master en Finanzas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Dirección de correo: gmosquera@upse.edu.ec

bodegas de acopio, del almacenamiento de la materia prima que en un determinado momento comercializaran y de su manejo depende mucho esta actividad, así que es por esto que mantener el adecuado uso de los inventarios es parte fundamental del desarrollo de dichos negocios que permite conocer a exactitud las cantidades de cada especie de peces con las que disponen en cada época del año dentro del negocio, haciendo referencia a la veda que existen para las distintas especies que conforman la pesca blanca, las entradas y salidas del almacenamiento de esta pesca es considerada como la comercialización de la misma.

Se realizó un análisis de literatura respecto al mercado interno y externo del sector pesquero, en función de las estrategias comerciales existentes, a fin de elaborar un diagnóstico sobre su situación actual, uno de los textos revisados fue el (Gobierno autónomo Provincial de Santa Elena, 2010), que destaca el subsector industrial, por ser poseedor de embarcaciones dotadas con mejores y mayores tecnologías, difiere del sector artesanal en el poder de pesca, las especies objetivo, la capacidad de bodega, autonomía de pesca, sistemas de conservación de la pesca, entre otros.

Al respecto se tomo como referencia el trabajo de (Benavides & Lupe, 2014) sobre las estrategias de comercialización de la pesca en la Provincia de Santa Elena, quienes realizan un estudio sobre la precariedad e inequidad en el sector, mencionan que esto se debe a la forma en que opera la actividad, independientemente de que el pescador tenga o no una embarcación, el gran beneficiario de la misma es el comerciante que a nivel de filo de playa compra los productos de la pesca, fija el precio a su voluntad y discreción, este actor está estrechamente vinculado, pudiendo ser la misma persona en la figura del armador, quien ha contratado a la tripulación para la faena de pesca. De la información obtenida, se deduce que en la pesca se reedita la vieja figura del “fomentador”, personaje que por la vía de préstamos continuos compromete al pescador; sin duda, una propuesta seria de intervención en el sector pasa por incidir en la fase de comercialización, la que como se observa, está vinculada al fomento –crédito para la pesca.

Almacenamiento y Comercialización en la Bodega “Ángel del Mar”

La bodega de acopio “Ángel del mar” inició sus labores en el año 2007, en sus inicios operaba a pequeña escala, estableciendo su mercado exclusivamente en el puerto de Santa Rosa, donde se posesiona como uno de los negocios más reconocidos del cantón Salinas ya que también comercializa sus productos en el vecino País de Perú, sin embargo, pese a su crecimiento y la experiencia que su

1. Investigador acreditado Adscrito por la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena – Ecuador (UPSE), Magister, Doctorando en Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Dirección de correo: abenavides@upse.edu.ec
2. Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena – Ecuador, Master en Finanzas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Dirección de correo: gmosquera@upse.edu.ec

propietario ha adquirido a través del tiempo, éste maneja empíricamente los costos de sus productos para la comercialización

Ésta bodega para su actividad tiene que considerar la variación de los costos de todos sus productos en los cuatro periodos comerciales bien determinados (enero-marzo; abril-mayo; junio-octubre; noviembre-diciembre), en estos periodos la producción pesquera local no es suficiente para abastecer a los mercados locales, por lo que las empresas buscan abastecerse de productos en otros mercados.

No obstante, la aplicación de estrategias de acopio y comercialización junto al análisis de los costos de los últimos periodos podría contribuir al crecimiento organizacional de esta bodega, permitiendo fomentar el uso de las herramientas administrativas y haciendo uso de la información económica para proyectarse con nuevas estrategias en el futuro (Olazábal , Mora, & Mantilla , 1980).

Para efectuar la comercialización de la pesca blanca la bodega de acopio “Ángel del mar”, debe considerar varios aspectos medulares, entre los principales es el costo (costos fijos, variables, totales) (Junta de Normas internacionales de Contabilidad, 2005), necesarios para determinar el adecuado precio de venta de la pesca.

Durante el proceso de comercialización existen épocas donde se obtiene el máximo de rentabilidad, así mismo existe otro periodo en el cual disminuye, esto se da por las denominadas vedas, es ese lapso de tiempo donde las bodegas de Acopio deben usar sus estrategias para mantener equilibrados sus ingresos abasteciendo a sus consumidores con el stock que tengan o caso contrario reemplazando tales especies con otras que también sean demandadas, esto a su vez trae consigo la variación de precio.

Ante esta realidad de vedas y restricciones, almacenamiento y comercialización adecuados, se ha considerado necesario construir un ejercicio matemático para poder entender cómo aplicar el manejo de Costos de Inventarios en los periodos críticos y regulares de almacenamiento en el local seleccionado.

El objetivo del presente trabajo es determinar los costos de almacenamiento y comercialización mediante la aplicación de las derivadas en donde se establecerá los factores que inciden en el acopio de la pesca blanca en la bodega ANGEL DEL MAR de la provincia Santa Elena del cantón Salinas periodo 2014-2015

1. Investigador acreditado Adscrito por la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena – Ecuador (UPSE), Magister, Doctorando en Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Dirección de correo: abenavides@upse.edu.ec
2. Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena – Ecuador, Master en Finanzas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Dirección de correo: gmosquera@upse.edu.ec

La investigación realizada sobre el estudio de caso de almacenamiento y comercialización de la pesca blanca en la bodega “Ángel del mar” se basó en la relación costos e inventarios con la aplicación de la norma NIC 2 “Inventarios”

La Norma Internacional de Contabilidad (N.I.C) 2 establece la prescripción del tratamiento contable de los inventarios. Esta norma sirvió como una guía práctica para la determinación de los costos generados por el almacenamiento y comercialización de la pesca blanca en la bodega “Ángel del Mar”

2. Materiales y Métodos

Se trató de una investigación tipo exploratoria – analítica. (Hernandez, 2010), El trabajo se realizó en base a la variable “almacenamiento y comercialización de la pesca blanca artesanal”. Para arribar a los datos se utilizaron dos técnicas: sondeo y análisis de contenidos, con los instrumentos guía de entrevista y guía de observación estructurada y semi estructurada, respectivamente

Población y muestra

Población

Se constituyó por los trabajadores de la Bodega de acopio y comercialización “Ángel del Mar”; ubicada en la Provincia de Santa Elena, cantón Salinas, periodo 2014 – 2015, cuyo número de trabajadores es 5.

Por otra parte, se aplicó una **entrevista** al dueño del local seleccionado, en donde se le realizaron preguntas de carácter administrativo-económico. Es necesario mencionar, que por los enfoques mencionados y los tipos de investigación que se establecieron, el análisis final se lo hará en base a los resultados que arrojen los cálculos de las derivadas.

Muestra

Como el propósito de la investigación fue establecer una relación con los Costos de Inventarios de la Bodega de Acopio Ángel del Mar y la NIC 2, se consideró propicio tener como muestra para esta investigación, el **Control de las Existencias y su abastecimiento dentro de las Bodegas**. Para el desarrollo del análisis muestral, se ha calificado pertinente, destacar el uso de la una **muestra no representativa** para el tipo de población, pues el análisis que se hará sobre el tema de investigación, se lo realizará de acuerdo a los criterios de los autores.

1. Investigador acreditado Adscrito por la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena – Ecuador (UPSE), Magister, Doctorando en Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Dirección de correo: abenavides@upse.edu.ec
2. Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena – Ecuador, Master en Finanzas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Dirección de correo: gmosquera@upse.edu.ec

3. Resultados Propuesta

La Bodega de Acopio Ángel del Mar se caracteriza por almacenar y distribuir pesca blanca en el mercado local y extranjero, utilizando un tipo de inventarios empírico e informal. Como el objetivo del proyecto es relacionar estos dos asuntos (NIC 2 y los Costos de Inventarios de la bodega de acopio), se consideró necesario construir un ejercicio matemático para poder entender cómo se debe aplicar el manejo de Costos de Inventarios en los periodos críticos y regulares de almacenamiento en el local seleccionado, por lo que se considera la propuesta es la siguiente:

“La Bodega de Acopio Ángel del Mar compró en el mes de marzo (fecha de veda general en el litoral ecuatoriano), a los diferentes pescadores del Puerto Santa Rosa 14.000 libras de pescado en 8 pedidos. El costo por transportar la mercadería hasta el local es de \$70,00 al mes, el costo de almacenamiento está dado por los siguientes datos (Hoffmann, Bradley, & Rosen, 2002):

Gastos de Agua: \$100,00

Gastos de Luz: \$80,00

Gastos Varios: \$100,00

Tabla 1

NÚMERO DE TRABAJADORES	ESTANCIA EN LAS BODEGAS	SUELDO	TOTAL SUELDOS
3	Trabajadores Fijos.	\$360,00	\$ 1.080,00
2	Trabajadores Variables.	\$330,00	\$ 660,00
TOTALES.			\$1.740,00

Sueldo de los trabajadores:
Fuente: Bodega Ángel del Mar

Cada libra de pescado fue comprada a \$1,25. Suponga que la mercadería es vendida constantemente y que cada pedido llega justo cuando se está acabando el pedido anterior.

1. Investigador acreditado Adscrito por la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena – Ecuador (UPSE), Magister, Doctorando en Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Dirección de correo: abenavides@upse.edu.ec
2. Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena – Ecuador, Master en Finanzas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Dirección de correo: gmosquera@upse.edu.ec

¿Cuántas libras debe comprar la Bodega de Acopio Ángel del Mar en cada pedido para minimizar sus costos en el próximo periodo de veda?

PROCESO:

Se necesita saber cuántas libras de pescado la Bodega de Acopio Ángel del Mar debe comprar en cada pedido para minimizar sus costos. La función de los Costos Totales estaría dado por la siguiente ecuación:

$$C. \text{ Totales} = C. \text{ de Compra} + C. \text{ de Pedidos} + C. \text{ de Almacenamiento.}$$

Sea l el número de libras de pescado que la Bodega necesita comprar en cada pedido y $C(l)$ el costo total en dólares, entonces:

Tabla 2

COSTO DE COMPRA.

$$C. \text{ de Compra} = N^{\circ} \text{ de lb(s) compradas} * V. \text{ venta de pescadores}$$

$$C. \text{ de Compra} = 14000 \text{ lb(s)} * \$1,25$$

$$C. \text{ de Compra} = \$17.500,00$$

Costos de compra
Elaborado por: Autor

Como se compran 14.000 lb(s) al mes y cada pedido contiene l libras de pescado, el número de pedidos es $\frac{14.0000}{l}$, entonces:

Tabla 3

COSTO DE PEDIDOS.

$$C. \text{ de Pedidos} = \frac{\left(\frac{G. \text{ de Transporte}}{8}\right) * N^{\circ} \text{ de lb(s) compradas}}{x}$$

$$C. \text{ de Pedidos} = \frac{\$8,75 * 14.000 \text{ lb(s)}}{x}$$

$$C. \text{ de Pedidos} = \frac{\$122.500,00}{x}$$

Costos de pedidos
Elaborado por: Autor

1. Investigador acreditado Adscrito por la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena – Ecuador (UPSE), Magister, Doctorando en Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Dirección de correo: abenavides@upse.edu.ec
2. Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena – Ecuador, Master en Finanzas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Dirección de correo: gmosquera@upse.edu.ec

El almacenamiento de la mercadería está dado por la sumatoria de todos los insumos. Como se quiere comprar l libras de pescado para optimizar los costos y se tiene que 14.000 lb/(s) se compran al mes; entonces:

Tabla 4

COSTO DE ALMACENAMIENTO.

$$C. \text{ de Almacenamiento} = \left(\sum \text{Insumos} \right) \frac{l}{N^{\circ} \text{ lb(s) compradas al mes}}$$

$$C. \text{ de Almacenamiento} = (\$2.020,00) \frac{l}{14\ 000}$$

Costos de almacenamiento
Elaborado por: Autor

$$C(l) = 17.500 + \frac{122.500}{l} + 0,14l$$

Como el objetivo del proceso es minimizar los costos y que estos no salgan del rango establecido, entonces se considerará un rango específico dado por **(0 < l ≤ 14.000]**

PROCESO DE OPTIMIZACIÓN.

1. Se deriva la ecuación del Costo.

$$C'(l) = -\frac{122.500}{l^2} + 0,14$$

2. La nueva ecuación se iguala a cero y se despeja la variable.

$$-\frac{122.500}{l^2} + 0,14 = 0$$

$$\sqrt{\frac{122.500}{0,14}} = l^2$$

$$l = 935,41 \text{ lb(s)}$$

RESPUESTA:

La Bodega de Acopio Ángel del Mar, en el próximo periodo de veda, debería comprar 935,41 lb (s) para optimizar sus costos.

1. Investigador acreditado Adscrito por la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena – Ecuador (UPSE), Magister, Doctorando en Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Dirección de correo: abenavides@upse.edu.ec
2. Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena – Ecuador, Master en Finanzas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Dirección de correo: gmosquera@upse.edu.ec

COMPROBACIÓN:

$$C(l) = 17500 + \frac{122.500}{1.750} + 0,14(1.750)$$

$$\text{Nota: } \frac{\text{Libras Compradas}}{\text{N}^\circ \text{ de Periodos}} = \frac{14500}{8} = 1750$$

$$\text{CT} = \$17.815,00$$

$$C(l) = 17500 + \frac{122.500}{935,41} + 0,14(935,41)$$

$$\text{CT} = \$17.761,91$$

$$\text{Ahorro: } \$53,09$$

Gráfico de Comparación

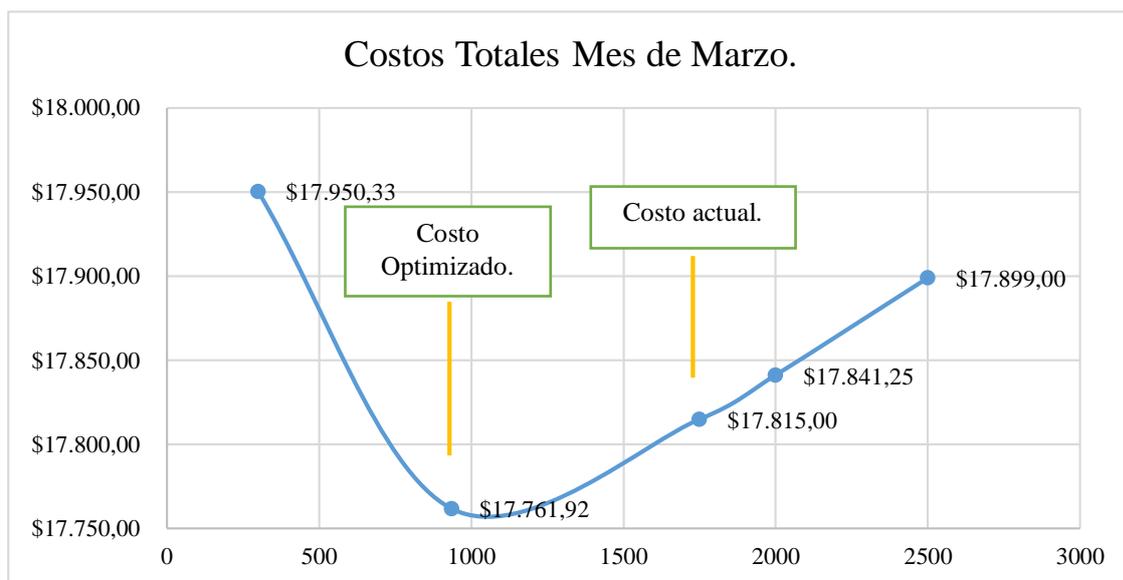


Figura 1: Gráfico de comparación de los costos actuales, en relación con los costos optimizados
Elaboración Propia

Análisis del contenido: El ejercicio de optimización dio como resultado que la Bodega de Acopio Ángel del Mar, para poder reducir sus costos totales en un periodo crítico; debería comprar 935,41 libras en cada pedido, ahorrándose \$53,09 en cada orden. Para evidenciar que el ejercicio propuesto está dentro de los lineamientos de optimización, se asignó aleatoriamente valores (número de libras) a la variable de la ecuación, incluyendo el 935,41 del ejercicio.

Graficando los valores, se observa que el punto más bajo de la curva de costo corresponde al hecho de haber utilizado el valor de libras propuesto en el ejercicio.

1. Investigador acreditado Adscrito por la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena – Ecuador (UPSE), Magister, Doctorando en Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Dirección de correo: abenavides@upse.edu.ec
2. Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena – Ecuador, Master en Finanzas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Dirección de correo: gmosquera@upse.edu.ec

Esto dio como conclusión que a mayor número de libras compradas, a partir del número de libras optimizado, la bodega de acopio gastará más dinero por comprar la mercadería, y por consiguiente; si compra menos libras del valor optimizado, la bodega de acopio gastará más dinero en almacenar que vender.

4. **Discusión:**

Del estudio “Caso de almacenamiento y comercialización de la pesca blanca en la bodega de acopio “Ángel del Mar” aplicando derivadas en relación a costos e inventarios, (aplicación NIC 2), en la provincia de Santa Elena, cantón Salinas, periodo 2014-2015” en el que se observó y recibió información por parte del personal que labora en mencionada bodega y también de acuerdo a la entrevista realizada al propietario de la misma, en consenso se llegó a determinar que es necesario replantear los procedimientos de almacenamiento y comercialización. (Olazábal , Mora, & Mantilla , 1980), tal como lo manifiesta (Zapata Sanchez , 2011), Contabilidad general.

La investigación nos da las pautas respectivas para lograr los objetivos previstos de las necesidades ante la situación determinada mediante la comercialización y producción con el que se obtiene mayores ingresos siendo este muy rentable e inferior en el mercado. Tal como lo manifiesta como la administración estratégica (Thompson & Strickland, 2012)

Mencionada microempresa no solo se basa en la comercialización de sus productos de manera interna sino también de manera externa es decir fuera de la Provincia de Santa Elena. Tal como lo determina el comportamiento organizacional (Robbins , 2004)

En el estudio realizado se comprobó que existen dos épocas bien definidas: Auge, en donde la comercialización aumenta como también la época de veda en donde disminuye la comercialización, que por lo general es una gran amenaza para todos los que se dedican a la comercialización y así cada microempresa va teniendo una baja rentabilidad cuando se presenta dicho problema, que no solo trae consecuencias al puerto pesquero sino también al personal que se dedica a esta actividad pesquera. (Subsecretaria de Recursos Pesqueros)

En la investigación se analizó las medidas que debería tomar el personal para que su rentabilidad no se vea amenazada, ya que esto podría incidir en el desarrollo de la microempresa, por lo que debe acudir a la comercialización de otros tipos de peces que tienen mucha acogida e identificar cual es el producto que más sobresale

1. Investigador acreditado Adscrito por la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena – Ecuador (UPSE), Magister, Doctorando en Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Dirección de correo: abenavides@upse.edu.ec
2. Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena – Ecuador, Master en Finanzas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Dirección de correo: gmosquera@upse.edu.ec

por medio de los demás puestos para poder reemplazarlo y así su actividad dentro del mercado no se vea afectada en las épocas de veda. (Ministerio de Pesca - Cooperación técnica Suiza, 1990)

5 Conclusiones

- La pesca blanca artesanal es una de las actividades productivas y económicas más representativas en la Provincia de Santa Elena, por cuanto la mayoría de sus habitantes, tienen este oficio como su medio de sustento familiar.
- Las bodegas de acopio que se dedican al almacenamiento y expendio de los Productos del mar, en especial la empresa Ángel de mar, contribuyen al desarrollo socio-económico de la provincia y del país.
- Las empresas dedicadas al acopio, venta y comercialización de productos de mar, no llevan un adecuado manejo de sus costos e inventarios, por cuanto no utilizan ningún sistema de cálculo y contable para optimizar sus recursos en los periodos críticos.
- En conclusión, como se han explicado estas situaciones económicas, es propicio recomendar al propietario de la Bodega de Acopio Ángel del Mar, utilizar este cálculo de costo para optimizar sus recursos en los periodos críticos, debido a que se están siguiendo los lineamientos que sugiere la NIC 2.

1. Investigador acreditado Adscrito por la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena – Ecuador (UPSE), Magister, Doctorando en Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Dirección de correo: abenavides@upse.edu.ec
2. Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena – Ecuador, Master en Finanzas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Dirección de correo: gmosquera@upse.edu.ec

Bibliografía

Benavides, A., & Lupe, G. (Diciembre de 2014). El sector pesquero de Santa Elena: Análisis de las estrategias de comercialización. *Ciencias Pedagógicas e innovación, UPSE*.

Gobierno autónomo Provincial de Santa Elena. (2010). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Santa Elena*. Plan de ordenamiento Territorial, Gobierno Provincial de Santa Elena, Santa Elena.

Hernandez, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: MacGraw-Hill/Interamericana.

Hoffmann, L., Bradley, G., & Rosen, K. (2002). *Cálculo Aplicado para Administración, Economía y Ciencias Sociales*. México: McGraw-Hill Latinoamericana.

Hoffmann D., L. (2006). *Calculo Aplicado para Adminitración Economía y Ciencias Sociales* . Mc. Graw-Hill.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos . (2010). *Censo poblacional*. Censo, INEC, Departamento de Estadísticas.

Junta de Normas internacionales de Contabilidad. (2005). Existencias. En J. d. Contabilidad, *Norma Internacional de Contabilidad*. Londres, Inglaterra.

Ministerio de Pesca - Cooperación técnica Suiza. (1990). *Manual de Administración de las infraestructuras pesqueras artesanales*. Lima, Perú: Copigraf S.A.

Olazábal , M., Mora, G., & Mantilla , J. (1980). *Organizacion de un Centro de Acopio para la Comercializacion de la papa en la ciudad de Pamplona*. Bogota, Colombia.

Robbins , S. P. (2004). *Comportamiento Organizacional*. Mexico: Pearson.

Subsecretaría de Recursos Pesqueros. (2012). *Caletas Pesqueras*. Obtenido de Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca: <http://www.viceministerioap.gob.ec/flota-caletas110-palmar.html>

Thompson, P., & Strickland, G. (2012). Administración estratégica. En P. Thompson, G. Strickland, & J. Mares (Ed.), *Administración estratégica* (págs. 4 -6). Mexico, Mexico: Mc Graw Hill.

Zapata Sanchez , P. (2011). *Contabilidad General* . McGraw-Hill.

1. Investigador acreditado Adscrito por la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena – Ecuador (UPSE), Magister, Doctorando en Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Dirección de correo: abenavides@upse.edu.ec
2. Adscrito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena – Ecuador, Master en Finanzas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Dirección de correo: gmosquera@upse.edu.ec

010. DISEÑO DE UNA INCUBADORA DE EMPRESAS EN LA UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

Autores:

Dra. Neyfe Sablón Cossío ¹,
Dr. Matteo Radice²
Nelly Manjarez³,
Daniela Castillo Carvajal⁴,
Shirley Pomavilla Guaminga⁵

^{1,2,3,4} y ⁵ Universidad Estatl Amazónica, nsabloncossio@gmail.com,
matteoradice@hotmail.com

RESUMEN

La incubadora de empresa es una práctica internacional que propicia el desarrollo de las PYMES. Esta investigación tiene como objetivo diseñar una incubadora de empresas para la Universidad Estatl Amazónica, en el área de la agroindustria, enfocada a los principios y criterios del Biocomercio y en el contexto de la amazonia ecuatoriana. Se utilizan un grupo de especialistas, a partir de sus criterios se seleccionan los principales componentes que debe constar la incubadora y se analizan las particularidades de biodiversidad de la amazonia ecuatoriana. Esta investigación se encuentra en etapa de experimentación y de puesta en marcha de la incubadora. El resultado fundamental es el propio diseño de la incubadora. El trabajo posee, un valor social que se manifiesta en la contribución a las PYMES de la amazonia ecuatoriana y un valor práctico como de la consecuencia la mejora en productos propios con valor agregado.

PALABRAS CLAVES: (planificación colaborativa, cadena de suministro, Biocomercio).

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años en Ecuador las PYMES juegan un papel importante dentro de la economía del país, representan el 30% del PIB. Emplean el 70% de la fuerza laboral debido a su relación e incidencia en la generación de empleo (Glaz 2015). Sin embargo, existen varias dificultades relacionadas con el éxito de estos emprendimientos, debido a la menor disponibilidad de recursos, económico, tecnológico entre otras limitantes para emprender (Oyarvide Ramírez, Abata de la Cruz et al. 2016).

Por emprendimiento se define la capacidad de las personas para traducir ideas en actos (Lagunes 2014, Hernández Ibars , Mayoral Corona et al. 2016). Implica ser creativo, tomar la iniciativa, innovar, asumir riesgos y gestionar los proyectos personales y profesionales para alcanzar objetivos concretos (Guerra Triviño 2015). Hace una década, el estudio de este proceso muestra uno de los crecimientos más rápidos dentro de las ciencias sociales - económicas (Katz, Dlakic et al. 2003).

Actualmente, los analistas internacionales debaten al respecto de un contexto de crisis económica generalizada que se origina en el conjunto de múltiples factores, entre ellos se identifican la disminución del crecimiento en China, la variabilidad del precio del petróleo, la Brexit y el terrorismo internacional de matriz islamista. Frente a un contexto que, en algunas áreas, aumenta la pobreza y desagrega la estructura social y productiva, el emprendimiento se considera como una práctica clave a la hora de reactivar los sistemas económicos estancados e impulsar un crecimiento sostenible y coherente (Perdomo Charry, Arias Pérez et al. 2016).

Una forma de identificar actitudes emprendedoras y poder potenciarlas de diferentes maneras, para que las ideas se hagan realidad y poder elevar el ánimo a egresados y profesionales para que puedan iniciar un negocio propio, es la utilización de la educación superior. El uso de vías innovadoras que favorezcan esta formación es tema del presente trabajo, donde se destaca a las incubadoras de empresas como una de las alternativas para potenciar las nuevas ideas de docentes, investigadores y estudiantes. Los centros de educación superior cuentan con fortalezas relacionadas a la infraestructura, talento humano y recursos técnicos y tecnológicos que ofrecen un soporte a los nuevos emprendimientos y crea una relación conveniente entre el sector empresarial, la universidad y la sociedad en general (Esperanza Cotera, Ruiz Reynoso et al. 2016).

Finalmente, considerando que el Ecuador es uno de los países considerado “megabiodiversos” (Mittermeier, 1997) y que la misma representa una fuente privilegiada de nuevos recursos naturales con alto valor agregado, se considera como un relevante enfoque innovador la aplicación de los principios y criterios del Biocomercio (UNCTAD, 2007). Objetivo principal del Biocomercio es reglamentar y fomentar el conjunto de actividades de recolección, producción, procesamiento y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa (especies y ecosistemas), bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.

Las incubadoras de empresas surgen y evolucionan en el mundo y específicamente en América Latina, como solución al fracaso que se produce al iniciar un nuevo negocio debido a la falta de recursos necesarios para poner en marcha a la idea (Esperanza Cotera, Ruiz Reynoso et al. 2016, Perdomo Charry, Arias Pérez et al. 2016).

Las incubadoras de empresas surgen en la década del 70, a partir de la década del 80, se registra en América Latina un incremento en las acciones desarrolladas por las universidades con el fin de generar algún tipo de vinculación con el sector

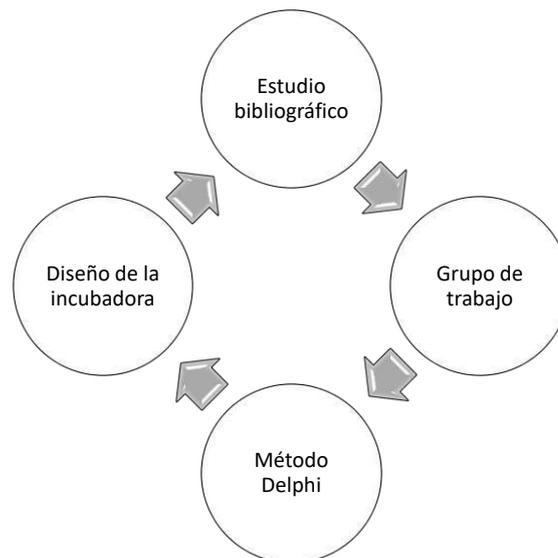
productivo. Este proceso incorporó, desde mediados de los años 90, mecanismos de creación y promoción de emprendimientos productivos innovadores. El principal arreglo institucional utilizado para lograr dicho objetivo fue el de las incubadoras de empresas (Andrade, Veneziani Pasin et al. 2016, Leiva, Monge González et al. 2016).

Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es diseñar una incubadora de empresas en la universidad estatal amazónica para el estímulo del espíritu emprendedor de la comunidad universitaria que desee iniciar un negocio.

2. DESARROLLO

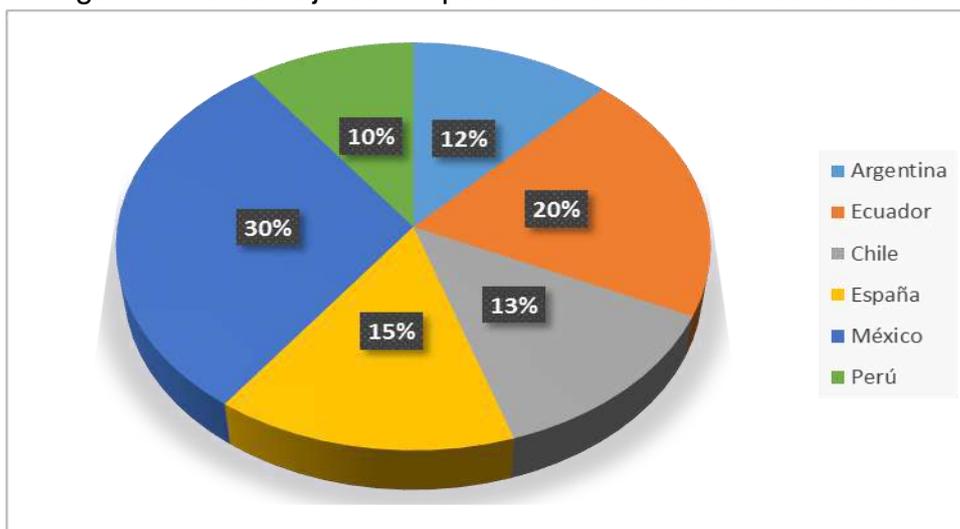
El procedimiento para el diseño de la incubadora en la Universidad Estatal Amazónica, Figura 1; se realiza en cuatro pasos con el objetivo de diseñar la incubadora bajo el contexto de la Amazonia y las particularidades de una universidad ecuatoriana.

Figura 1: Procedimiento para el diseño de la incubadora en la Universidad Estatal Amazónica



En el primer paso se realiza un estudio bibliográfico sobre la temática, con representación de seis países con similares características, aunque se incluye España como puntera de los países de habla hispano y con similares características culturales, Figura 2. A partir de la información se listan los elementos según los autores del diseño de una incubadora.

Figura 2: Porcentaje de los países en estudio de incubadoras.



En el segundo paso se selecciona el grupo de trabajo, un equipo multipropósito con especialistas de varias ramas de la ciencia y la práctica, Tabla 1. Este grupo se crea con el propósito de definir los elementos básicos de una incubadora de empresas.

Tabla 1: Grupo de trabajo de la incubadora de empresas.

No	FORMACIÓN	ESPECIALIDAD
1	Doctora	Interrelación UEA y sociedad
2	Doctora	Financiamiento y Plan de negocios
3	Doctora	Biocomercio y Fitoquímica
4	Doctor	Logística y especialista en emprendimientos
5	MSc.	Normas INEN y procesos
6	Doctora	Procesos y logística
7	Doctor	Especialista en Incubadoras
8	Doctora	Biotecnología
9	Doctor	Biotecnología

El tercer paso se realiza el Método Delphy a la lista de elementos realizado en el paso 1. A partir de los resultados se definen los pasos fundamentales de la incubadora, tabla 2. De 54 elementos identificados, se seleccionan 26, algunos eliminados por los especialistas y otros se incluyen dentro de otras, por sugerencias de los mismos tabla 3.

Tabla 3: Elementos de la incubadora.

	Elementos
I	Identificar las necesidades del emprendedor.
	Formular el Comité Técnico de la Incubadora
	Identificar y validación de oportunidades de negocio.
	Capacitar al personal en base a "Aprender haciendo"
	Definir el plan de negocio.
	Estructurar el equipo de trabajo.
	Identificar la innovación
	Calcular la factibilidad del proyecto
	Identificar los clientes potenciales.
II	Capacitar al personal en base a "Aprender haciendo"
	Firmar el contrato de incubación, entre la incubadora y el emprendedor.
	Presta servicios de: Gestión técnica, Asistencia empresarial, Asesoramiento jurídico, contable y financiero.
	Definir el tiempo de la incubación (Duración de 6 meses a 1 año).
	Definir el tiempo de los Incubados (Período de estadía de los incubados es de 2 a 3 años).
	Asesor a la empresa en Plan de Negocios.
	Construir la empresa incubada.
	Insertar el negocio en una cadena de sumistros.
Evaluar el desempeño de la propuesta empresarial.(acompañar).	
III	Buscar mecanismos para mantener vínculos con la compañía (seguimiento, capacitación, asesoría, consultoría y soporte) redes de cooperación.
	Compartir la experiencia sobre el desarrollo de la incubación de la empresa.
	Desarrollar las capacitaciones en elementos específicos.
	Garantizar la responsabilidad social sobre la idea de negocio.
	Evaluar la competitividad de la empresa incubada.
	Medir el impacto económico, social y tecnológico.

En el paso cuatro se identifican los elementos de contacto mínimos (prerrequisitos) con los Principios y criterios del Biocomercio, los cuales permiten identificar cual grado de relevancia tiene la biodiversidad para el desarrollo y la innovación del emprendimiento. En la tabla 4 se pueden apreciar los elementos anclado al Biocomercio.

Tabla 4: Elementos de inducción al Biocomercio.

Elementos de inducción al Biocomercio	
1	El emprendimiento aporta a la conservación de la biodiversidad local
2	El emprendimiento fomenta el uso sostenible de la biodiversidad local
3	El emprendimiento aplica una distribución justa y equitativa de los beneficios derivados del uso de la biodiversidad local
4	El emprendimiento puede demostrar una consolidada sostenibilidad socio-económica
5	El emprendimiento cumple con las normas vigentes (legislación nacional e internacional) para el uso de la biodiversidad y el comercio de sus productos y servicios derivados
6	El emprendimiento cuenta con un código ético enfocado al respeto de los derechos (derechos, humanos, laborales, enfoque de género, etc.) de los actores involucrados en el Biocomercio
7	El emprendimiento demuestra las evidencias necesarias para definir la claridad sobre la tenencia de la tierra, el uso y acceso a los recursos naturales y a los conocimientos

Cumpliendo con los elementos indicados en la tabla 4 el emprendimiento puede asumir el rango de “Bioemprendimiento”, término que los autores aplican para definir un emprendimiento enfocado a los principios y criterios del Biocomercio.

En el paso cinco se relacionan los elementos de la incubadora y las herramientas posibles a utilizar en cada uno de ellos.

IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DEL EMPRENDEDOR

En el primer paso de la propuesta de la incubadora de la etapa pre-incubación, se centra en la identificación de las necesidades de los posibles incubados a través de la técnica de los diez deseos, Figura 3 y Tabla 4.

Figura 3: Técnica de los diez deseos.

TÉCNICA DE LOS 10 DESEOS

Técnica elaborada por D. González Serra, reconocido psicólogo cubano, permite conocer las necesidades, motivaciones y aspiraciones fundamentales del sujeto, así como detectar aspectos que constituyen problemas o conflictos en la vida afectiva del examinado. En la incubadora de ideas se la utilizará para **identificar las necesidades del emprendedor.**

Orientaciones generales para la aplicación:
 Se solicitará al emprendedor que exponga los 10 deseos más importantes de emprendimiento.
 Marcar los tres fundamentales en orden de preferencia.
 Se le deberá brindar el tiempo que cada sujeto necesite para redactar sus deseos.

Forma de evaluación:
 Se analiza el contenido del test, subrayándose los deseos más relevantes vinculados al emprendimiento.
 Se obtendrá la sumatoria de los motivos vinculados al interés de ingresar la idea a la incubadora de empresas, obteniendo el valor porcentual dentro de los 10 deseos en general en cada caso, tomando como referencia el modelo siguiente:

10 ----- 100%
 % ----- X

X: motivos (deseos) vinculados a la empresa.

Procesamiento de los resultados
 Se agrupan los deseos a partir de sus contenidos, de acuerdo con las clasificaciones siguientes:

- Deseos relacionados con la empresa.
- Deseos relacionados con la familia.
- Deseos relacionados con la selección del producto.
- Deseos relacionados con su entorno laboral.
- Deseos relacionados con la infraestructura de la empresa.
- Deseos relacionados con el futuro empresarial.
- Deseos relacionados con lo económico.

Los datos serán llenados en la Tabla 4.

Tabla 4: Datos para la técnica de los 10 deseos.

Nombre del postulante:.....			
N° del deseo	Contenido referido	Matriz empresarial	Implicación personal
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

Los 23 pasos de la incubadora se llevan a cabo mediante herramientas que soporten la decisión tanto de la propuesta de la incubadora de la Universidad Estatal Amazónica como de los emprendedores.

3. VALORACIÓN ECONÓMICA Y APOORTE SOCIAL

El diseño de la incubadora contribuiría a un aporte social y económico que posibilita el desarrollo de pequeñas y medianas empresas en la amazonia ecuatoriana, además es un motor de generación de fuentes de trabajo e impulso de la innovación a partir de la biodiversidad y el comercio justo.

4. CONCLUSIONES

La propuesta para la creación de la incubadora en la Universidad Estatal Amazónica es una estrategia para el crecimiento del desarrollo innovador de emprendedores y de la sociedad, en un contexto de gran biodiversidad y escaso desarrollo

empresarial tanto de la media y pequeña empresa. Por tanto, el objetivo del diseño de la incubadora es fortalecer el tema del emprendimiento desde el proceso docente, vinculación e investigación para el incentivo de posibles emprendedores y la mejora de los procesos universitarios. La propuesta consta de 23 pasos y en cada paso se diseñan sus herramientas y contenidos en general. La misión de esta propuesta es impulsar a la Amazonía Ecuatoriana para generar nuevos productos innovadores o mejorados.

5. REFERENCIAS

- 1) Andrade, C. C., L. E. Veneziani Pasin, C. Ottoboni and A. A. Costa Mineiro (2016). "Análise do capital institucional na incubadora de empresas de base tecnológica: um estudo de caso no município de Itajubá – MG." Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace. v. 7, n. 1, Ed. Esp. Ecosistemas de Inovação e Empreendedorismo, p. 58-70.
- 2) Esperanza Cotera, R., A. M. Ruiz Reynoso, M. Zavala López and P. Delgadillo Gómez (2016). "LAS INCUBADORAS DE NEGOCIOS: UN MODELO ECONÓMICO QUE AYUDA Y ORIENTA PROYECTOS EMPRESARIALES." Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa. Enero - Junio 2016
- 3) Glaz, J. (2015). Entrevista al Vicepresidente Glas inauguró la plataforma tecnológica Banco de Ideas.
- 4) Guerra Triviño, O. L. (2015). "INCUBADORA DE EMPRESAS: VÍA PARA EL EMPRENDIMIENTO EN LAS UNIVERSIDADES." UNIVERSIDAD Y SOCIEDAD Vol 7: 5.
- 5) Hernández Ibars , S. M., E. E. Mayoral Corona, P. G. Castro Trujillo and B. E. Villavicencio Zazueta (2016). "NECESIDADES DE CAPACITACIÓN DE LOS EMPRESARIOS." Global Conference on Business & Finance Proceedings 11.1: 1204-1213. Hilo: Institute for Business & Finance Research.
- 6) Katz, J., M. Dlakic and S. Clarke (2003). "Automated identification of putative methyltransferases from genomic open reading frames. Mol Cell Proteomics 2(8):525-40."
- 7) Lagunes, S., Herrera, Sa Martín & Gonzáles (2014). "INNO VACIÓN Y EMPRENDIMIENTO A LA LUZ DEL CONTEXTO LATINOAMERICANO, Guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación." Red latinoamericana de innovación y Enprendimiento: 188.
- 8) Leiva, J. C., R. Monge González and C. Morales Sandoval (2016). "Empresas incubadas por el Centro de Incubación de Empresas del TEC: un análisis cualitativo." Revista Investiga. TEC.
- 9) Mittermeier. (1997). Megadiversity: Earth's Biologically Wealthiest Nations. . Conservation International, Cemex, México, D.F., México .
- 10) Oyarvide Ramírez, H. P., B. A. Abata de la Cruz, M. d. C. Franco Rodríguez and S. Rodríguez Rodríguez (2016). "EL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL Y APOYO AL EMPRENDIMIENTO COMO UNA ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA PROVINCIA ESMERALDAS." Revista de Investigación y Saberes. Vol 5.
- 11) Perdomo Charry, G., J. Arias Pérez and N. E. Lozada Barahona (2016). "ORGANIZATIONAL AND INSTITUTIONAL CHANGE ANALYSIS: THE CASE OF BARCELONA ACTIVA BUSINESS INCUBATOR. ." Revista la Sallista de Investigación Vol 13. No 1

12) UNCTAD. 2007. Principios y Criterios de Biocomercio. Naciones Unidas, Nueva York y Ginebra

011. ESTILO DE ADMINISTRACIÓN Y SU IMPACTO EN LA EFECTIVIDAD ADMINISTRATIVA DE LAS PYMES DEL CANTÓN LA LIBERTAD.

STYLE OF MANAGEMENT AND ITS IMPACT ON THE ADMINISTRATIVE EFFECTIVENESS THE PYMES OF CANTON LA LIBERTAD

Autores:

Vera Campuzano Nury

Profesión Ingeniera en Marketing; actualmente estudia una maestría en Administración y Dirección de empresas en la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Ha publicado 3 artículos en el área de Administración y Marketing. actualmente labora como Coordinadora de Decanato de la Facultad de Ciencias Administrativa de la Universidad Estatal Península de Santa Elena veranrc@hotmail.es

Collins Ventura Nathyn Victor

Ingeniero en Marketing, cursando maestría en administración y dirección de Empresas, Autor del libro Gestión del CONOCIMIENTO, Emprendimiento, Perspectivas, e Innovación; Autor del libro Tendencias, Gestiones Administrativa, Cambios del Entorno; Coautor del libro Sardina o tiburón, el lado correcto del problema; Autor de artículos de administración y marketing. Docente del Sistema de Admisión y Nivelación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena. Collinsnat_17@live.com

Palacios Bauz Irene del Rocío

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. lpalacios@ecotec.edu.ec

Valencia Medranda Adrián Valencia

Profesión Ingeniero Comercial, ha colaborado en empresas públicas como privadas, obtuvo su Diplomada Superior en Educación en el año 2006 en la universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, al igual que su Maestría en Administración y Dirección de Empresas en el 2008. Profesor asesor de la Facultad de Ciencias Administrativas, Profesor de Área, Tutor de Tesis de Grado. Pertenece al Colegio de Ingenieros Comerciales de la Ciudad de Guayaquil, es miembro de la Asociación de Docentes de la U.P.S.E. Autor de artículos de administración. joseavm68@gmail.com

Resumen

El objetivo de este reporte científico consiste en socializar la incidencia de la gestión administrativa en el desarrollo económico de las empresas de la provincia de Santa Elena. La contribución teórica radica en la concepción de la teoría y práctica del sistema de enseñanza-aprendizaje atendiendo al contexto, la definición y caracterización de la gestión administrativa de las empresas, con el fin de determinar los distintos factores que aportan al desarrollo económico. Se implementó una investigación de observación descriptiva, dirigida a las empresas del cantón La Libertad, para conocer la situación real, debido que en la actualidad uno de los problemas que afrontan muchas instituciones es la falta de implementación de acciones estratégicas orientadas a las necesidades del entorno, y exigencias del mercado, por ende los acciones competitivas son los ejes rectores de las actividades que realiza una organización. En la actualidad la gestión administrativa de las empresas de la provincia de Santa Elena son implementados de forma empírica, es indispensable que se realice una evaluación de la capacidad empresarial y de los resultados esperados que contribuyan al desarrollo organizacional.

Palabras Claves: Gestión administrativa, estructura organizacional, desempeño organizacional, acciones estratégica, crecimiento empresarial.

Abstract

The objective of this scientific report is to socialize the incidence of administrative management in the economic development of enterprises in the province of Santa Elena. The theoretical contribution lies in the conception of the theory and practice of teaching and learning system depends on the context, the definition and characterization of the administrative management of enterprises, in order to determine the different factors that contribute to economic development. an investigation of descriptive observation, aimed at companies of Canton La Libertad, to know the real situation, because that at present one of the problems faced by many institutions is the lack of implementation of strategic actions aimed at the needs of the environment was implemented and market requirements, therefore the competitive actions are the guiding principles of the activities an organization. Currently the administrative management of the companies in the province of Santa Elena are implemented empirically, it is essential that an assessment of entrepreneurship and expected results contribute to organizational development is performed.

Keywords: administrative management, organizational structure, organizational performance, strategic actions, business growth.

1. INTRODUCCIÓN.

La importancia de la administración es saber llevar un adecuado control adecuado para un mejor desarrollo y factibilidad en una organización, debido a que aumenta la productividad y la suma de sus trabajadores logrando así el éxito de la empresa, las pequeñas empresas buscan tener una mejor coordinación de sus recursos, para lograr un incremento en la productividad depende de una adecuada administración que se lleve en una estructura organizacional de la misma.

(Anzola Rojas & Anzola Rojas, 2010) Estilo de administración: Consiste en coordinar y supervisar las actividades laborales de otra persona, de manera que sea realizada de forma eficiente y eficaz, ésta es una disciplina que tiene la finalidad de dar una explicación del desempeño de una organización.

El estilo de administración depende de la capacidad intelectual de que cada persona tiene al momento de desempeñar cierto cargo en una pequeña empresa para así obtener excelentes resultados en su desempeño laboral, uno de los factores por los cuales algunas microempresas no tienen éxito en el mercado se debe a su forma de administración que llevan en sus actividades. (Cipriano & González, 2014) Debe existir un orden y una planificación para mejorarla, por lo tanto este es una de las razones que no les permiten desarrollarse económicamente en el mercado, es por eso que se debería gestionar de otra manera el manejo de la organización y administración de dicha microempresa.

1.1 Referentes Teóricos.

En la gestión administrativa se toman en cuenta varios aspectos uno de ellos es la organización, esta consiste en la división de la empresa, por áreas a las cuales se encargarán de una tarea en específico. La organización cumple una tarea importante para el buen desempeño de la institución, de esta manera al dividir en diferentes departamentos se puede conseguir un mejor desempeño al momento de designar funciones. (Zúñiga, González, & Gutiérrez, 2013)

1.1.1 Etapas del proceso administrativo.

Planeación: Consiste en cómo debemos determinar cada una de las tareas que hay que hacer, cómo se las va a hacer, quién las debe hacer, cómo se agrupan, donde se toman las decisiones y cómo se deben dividirse el trabajo dentro de un departamento, es decir se basa en un plan que se realiza para llevar a cabo dichas actividades a ejecutarse en la microempresa durante un periodo o tiempo determinado.

Organización: En esta etapa se fijan las diferentes funciones y las relaciones de la autoridad y responsabilidades entre las diferentes personas que conforman la empresa, la organización se refiere a que lo que se encuentra estructurado en la planeación y que esto a la vez sea llevado al cumpliendo cada uno de los objetivos y metas que se han planteados en la microempresa, a las actividades que se van a realizar controlando cada una de las funciones a realizarse.

Integración del personal: Es un proceso en donde se procede a realizar la elección del personal y a fijar cuál será el monto del ingreso para cada uno de los empleados que conforman la empresa, también debemos conocer si las personas que son acogidas para trabajar y emprender en la microempresa se encuentran capacitados.

Dirección: en esta fase se refiere a la forma en cómo se imparten las diversas órdenes, instrucciones a las personas y se da la respectiva explicación de cómo debe hacérsela para no tener algún inconveniente sobre un tema adecuado, es unas de las maneras de dar a conocer a los emprendedores cada una de los reglamentos que se encuentran establecidos en dicha entidad; en la que se encuentran desarrollando sus actividades laborales y explican cómo se debe realizar.

Control: Esta función consiste en verificar si los resultados que obtenemos son iguales o parecidos a los planes que se han presentado y nos permite observar en que estamos fallando, y ver que podemos mejorar, se deben cumplir todo aquello que se encuentra estructurado.

1.1.2 Principios de la administración.

División del trabajo: Este proceso consiste en la cooperación y el reparto de las funciones laborales en diferentes tareas y roles con el objetivo de mejorar la eficiencia y lograr una mejor factibilidad para la organización, es el número de tareas diferentes que se disponen el trabajo necesario para la producción de un bien o servicio, tareas que han de ser realizadas por varios trabajadores capacitados en cada uno de ellos desempeñando los diferentes cargo que se les sea asignado a cada uno de ellos.

Autoridad: En este principio un buen jefe debe poseer autoridad continuamente para realizar su labor, además de un mando que tiene una persona sobre otra que está disciplinada, la autoridad dentro de una empresa se cuenta desde el lugar del rango o título que tiene dentro de la organización, es importante diferenciar que la autoridad es la persona que posee un contrato dentro de una microempresa, es la que está a cargo de toda lo que ocurre dentro de la compañía.

Disciplina: La disciplina de los trabajadores puede ser usada por los inspectores ya que los equipos de trabajos, la disciplina puede ser la responsabilidad del equipo que

ayudan a lograr el acatamiento de normas, instrucciones, reglamentos de la microempresa por parte de todas las personas que las conforman.

Unidad de mando: En la unidad de mando todos los trabajadores deben acoger instrucciones sobre una acción particular directamente de una persona, la cual deben ser acatadas por cada uno de ellas y se las debe cumplir para no tener alguna dificultad dentro de la microempresa.

Unidad de dirección: en este método es justo que todos los personales comprometidos con las propias acciones deben poseer los mismos objetivos, reconociendo una importante política en el que sean regidas por un solo administrador que utilice una sola técnica o método, reglamentos que se encuentran establecidos en dicha entidad hacia los empleados.

Subordinación de los intereses individuales a los intereses generales: La acción de los gerentes de la empresa deben tener claro cuáles son los objetivos organizacionales y cómo lograrlos en toda empresa, el beneficio de los empleados no debe poseer prioridad sobre los logros de la organización

Remuneración: Se denomina remuneración a un sueldo, salario mensual que recibe cada persona al prestar sus servicios a una empresa o entidad de acuerdo a su experiencia formación y productividad, determinado en la ley en beneficio hacia los trabajadores, es una retribución que la empresa realiza por un servicio prestado o realizado por el empleado dentro del ente de acuerdo a la manera que se encuentre ejecutando su actividad.

Centralización: Se rige a prestar la debida atención y acatar órdenes de las autoridades o personas encargadas de una organización u otras cosas, todas aquellas personas dependen de las que están en el poder central, los trabajadores deben respetar los reglamentos que se encuentran establecidos en ella cumpliendo así con cada una de ellas para no tener algún inconveniente en su desarrollo.

Jerarquía: Es una estructura de orden que se da de acuerdo a subordinaciones entre las personas, valores y dignidades; tal criterio se da desde los superiores hasta las personas trabajan para otra, es una escala que se encuentra de manera ordenada de forma ascendente a una forma descendente.

Orden: Se denomina orden a una forma de seleccionar o agrupar a casas, personas, autoridades, ya sea alfabético, numérico, es una estructura en la que se encuentran establecidas de una forma jerárquica, es la manera en cómo se encuentran colocadas las cosas.

1.1.3 Organización.

(Cipriano & González, 2014) Organización: Conjunto de cargos cuyas reglas y normas de comportamiento, deben sujetarse a todos sus miembros y así valerse de este medio que permite a una empresa alcanzar sus determinados objetivos.

Organización es la unión de varios medios técnicos, humanos y financiero que conforman la empresa como edificios, maquinas, entre otros, en función de las consecuencias de un fin que organizamos y establecemos un orden, son las diferentes formas en como establecemos una actividad y la desempeñamos, trata de analizar qué es la empresa y cómo funciona, cómo se organiza, cómo están relacionadas las distintas funciones de la misma y cuál es el papel de cada función dentro de la empresa.

1.1.4 Efectividad administrativa.

(Zúñiga, González, & Gutiérrez, 2013) Elementos que componen la organización

- Estructura
- Sistematización
- Agrupación y asignación de actividades y responsabilidades
- Jerarquía
- Simplificación de funciones

Estructura: se refiere a que en la organización de la empresa se tenga establecidos un marco fundamental, ya que establece la disposición y la correlación de funciones, jerarquías y actividades necesarias.

Sistematización: esto se refiere a que todas las actividades y recursos de la microempresa deben de estar coordinados a fin de facilitar el trabajo, consiste en la asignación de cada una de las diferentes técnicas que permitan tener un mejor rendimiento y distribución del trabajo.

Agrupación y asignación de actividades y responsabilidades: consiste en la organización esto implica la necesidad de agrupar, dividir y asignar funciones a cada uno de los empleados que realizan dicho trabajo que se les ha sido señalado, en este punto se trata en la ubicación de cada uno de los trabajadores en las diferentes áreas.

Jerarquía: La organización, como estructura, origina la necesidad de establecer niveles de responsabilidad dentro de la empresa, se refiere a la división que tiene la organización que cada uno de los grupos tienen, una vez que ya se encuentren establecidas las ocupaciones.

Simplificación de funciones: Uno de los objetivos básicos que tiene este punto en la organización es establecer los métodos más sencillos para poder realizar el trabajo de la mejor manera posible.

2. METODOLOGÍA.

Para lograr los objetivos de la investigación se diseñó una entrevista realizada a 40 empresas del cantón La Libertad, con la finalidad de establecer criterios respecto al tema de investigación, mediante un muestreo probabilístico, la muestra es finita por eso se utilizó el muestreo aleatorio simple según (Mario. F, 2013).

2.1. Procesamiento y análisis.

La información se procesó en función de las técnicas utilizada en la investigación. En lo que se refiere a la tabulación, se utilizó el programa estadístico SPSS 10.1.

3 RESULTADOS.

3.1 Políticas empresariales como factor clave en el desempeño organizacional.

Para que una empresa fortalezca el desempeño organizacional deberá implementar políticas empresariales que direccionen de forma correcta las actividades que se realizan, contribuyendo a cumplir con el principio de efectividad administrativa.

Los trabajadores de las empresas del cantón La Libertad si acatan y cumplen con cada una de sus funciones y sus obligaciones a las que se encuentran expuestas dentro del entorno empresarial, y si se están cumpliendo con cada una de las políticas que están establecidas hacia los trabajadores por parte de los empresarios. Sin embargo al no monitorearse de forma correcta el cumplimiento de políticas, no se establecen mejoras para solucionar falencias en procesos de forma oportuna, por ende se genera una gestión administrativa inapropiada en varias empresas que sus ejes rectores son definidos de forma empírica, vivencial, o por sucesión familiar.

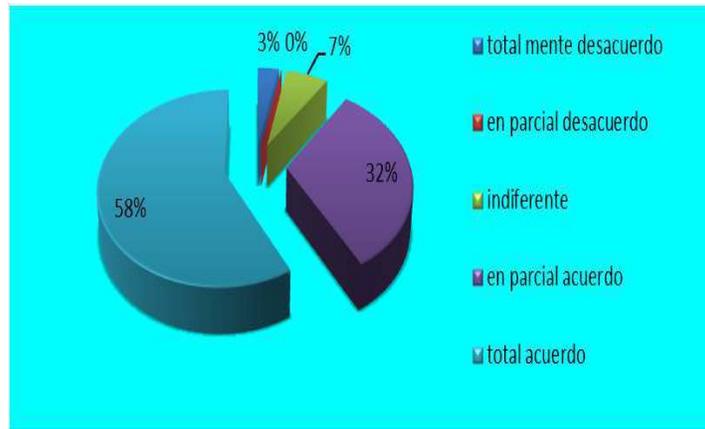


ILUSTRACIÓN No.- 1 Importancia y consideración de los gerentes sobre el cumplimiento de políticas empresariales

3.2 Vínculos empresariales que aportan al desempeño organizacional.

En esta investigación se determinó que en las empresas del cantón La Libertad existe un 81% en las personas que están de acuerdo con establecer vínculos en las empresas mientras que un 3 por ciento está en desacuerdo. La mayor parte considera tener vínculos empresariales dentro de una organización laboral para desarrollar de manera eficaz mecanismos logrando con esto tener un mejor desarrollo organizacional, en un menor porcentaje no está de acuerdo con esto que se está formulando.

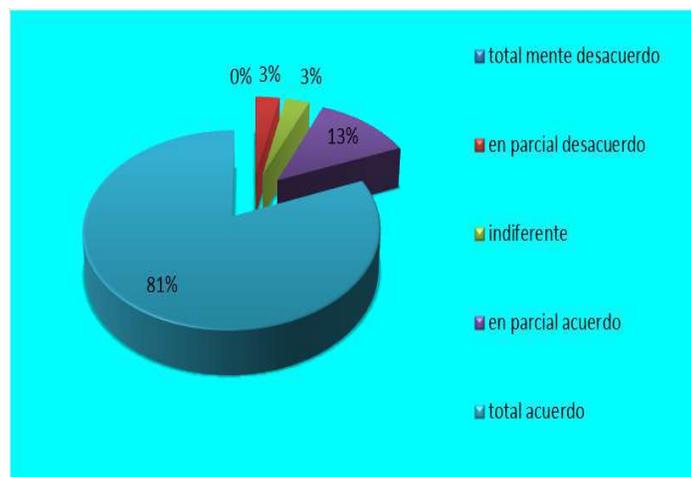


ILUSTRACIÓN No.- 2 Consideración sobre la importancia de los vínculos empresariales como factor clave en el desempeño organizacional

3.3 Principio de eficiencia administrativa como factor clave para el desarrollo organizacional.

En el trabajo es muy importante tener una buena comunicación entre todas las personas que conforman la microempresa, para poder realizar de una mejor forma ciertas labores que se nos establecen, esto es una pauta en lo cual podemos preguntar y analizar sobre temas que no lo tengamos claro así despejándonos dudas.

Las pymes del cantón de La Libertad no cumplen el principio de eficiencia administrativa debido a sus estilos de administración, porque no se fortalecen en base a las condiciones del entorno., ni a la capacidad empresarial.



ILUSTRACIÓN No.- 2 Factores claves para fortalecer el desempeño organizacional

4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

4.1 Disciplina organizacional como factor potenciador del desempeño organizacional.

(Anzola rojas &Anzola Rojas,2010) Estilo de administración: Consiste en coordinar y supervisar las actividades laborales de otra persona, de manera que sea realizada de forma eficiente y eficaz, ésta es una disciplina que tiene la finalidad de dar una explicación del desempeño de una organización.

De acuerdo a los resultados obtenidos sobre el estilo de administración en las microempresas de la provincia de Santa Elena, cantón La Libertad, podemos observar

que no en todas las microempresas existe una correcta organización al momento de desempeñar las labores dentro de la misma, deben establecer ideas y seguir mejorando las capacidades que tiene el emprendedor, corrigiendo las malas características, desempeñando un rol fundamental para que se realiza un excelente y eficiente trabajo.

En base a la perspectivas si no se cumplen con estas condiciones que se establecieron podría generar grandes pérdidas y por lo consecuente un grave problema en el desenvolvimiento de cada trabajador en el área laboral, por lo cual cada una de éstas pequeñas empresas debe contar con un plan de trabajo bien definido, estructurando de manera eficaz la disciplina de cada persona que labora en la misma para que en un futuro sea un eje a seguir. Las empresas deben encontrarse en buenas condiciones para desempeñar los roles que se les asigna y el desempeño del mismo sea impecable para lograr desenvolverse con mayor facilidad, con la finalidad de que la organización de la empresa se encuentre en un estado laboral aceptable.

4.2 Habilidades gerenciales como factor indispensable para fortalecer el desempeño organizacional.

(Anzola Rojas., Administración de pequeñas empresas,2010) Organización: Conjunto de cargos cuyas reglas y normas de comportamiento, deben sujetarse a todos sus miembros y así valerse de este medio que permite a una empresa alcanzar sus determinados objetivos.

En las microempresas que se encuentran ubicadas en el cantón La Libertad donde realizamos las encuestas, no todos los que conforman la empresa acatan reglas; por lo cual se deben mejorar las normas del comportamiento; creando nuevas reglas para que el índice de fracasos sea muy bajo, se deben acatar con orden y responsabilidad los cargos que se les designa en la empresa.

Permite desarrollar habilidades para romper y superar las barreras en el trabajo, realizando sus actividades empresariales, para seguir creciendo y no dejarse caer ante ninguna adversidad y desarrollar nuevas estrategias en el ámbito competitivo que rige en el Cantón La Libertad.

5. CONCLUSIONES.

1.- Las pymes del cantón la Libertad definen sus estilos de administración en base a experiencias de éxitos, o por sucesión familiar, generando falencias en las actividades que implementa, por ende no logran la efectividad administrativa.

2.-En relación a las diferentes estrategias que se han establecidos en cada una de las microempresas que se encuentran ubicadas en el cantón la Libertad, se define que en muy pocas empresas no cumplen con los fines que se encuentran fijados en las funciones administrativas para lograr tener un eficiente desarrollo empresarial.

3.-Las pymes del cantón la Libertad no están regidas a normas que están constituidas para llevar una organización que permita determinar las amenazas del mercado y así buscar una posible solución.

4.-Las pymes del cantón la Libertad no están sujetas a un estilo de administración asertivos, en base a las condiciones del entorno, por ende no contribuye a fortalecer el desempeño organizacional para generar un mayor ingreso y una mayor expansión del mercado junto a otras microempresas.

6. BIBLIOGRAFÍA.

[1] **Anzola Rojas, S., & Anzola Rojas, S. (2010).** Administración de pequeñas empresas. En A. R. Sèrvola, Administración de pequeñas empresas (págs. 26-136). Mèxico: Mc Graw Hill.

[2] **CÓRDOVA PADILLA, M.** (2006). Formulación y evaluación de proyectos. Colombia: Eco Ediciones.

[3] **Fayol, H.** (1987). Administración Industrial y General. Principios de la Administración Científica. Paris: El Ateneo. Décima Edición. Buenos Aires / Argentina. ISBN: 950-02-3540-4.

[4] **Gilli, J. J., & et.al.** (2007). Diseño organizativo: estructuras y procesos. Buenos Aires: Granica S.A. ISBN: 978-950-641-514-3.

[5] **Lusthaus, C., Adrien, M.-H., Anderson, G., & Carden, F.** (2001). Mejorando el desempeño de las organizaciones. México: IDRC/ETCR.

- [6] **Münch, L.** (2005). Administración y estilos de gestión . Mexico : Editorial Trillas, S.A. de C.V. .
- [7] **Palomo, J. H.** (2002). Administración, gestión y comercialización de las pequeñas empresas. Madrid : International Thomson Editores Spain Paraninfo, S.A.
- [8] **Puchol, L.** (2012). Dirección y gestión de recursos humanos. Madrid: Diaz de Santos S.A.Séptima Edición. ISBN: 978-84-7978-831-5.
- [9] **Zúñiga, C. J., González, G. J., & Gutiérrez, G. L.** (2013). La gestión administrativa mediante el ejercicio de reportes. Ciencias de la Administración Vol 7 N°13.

012. EVALUACIÓN DE LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS COMO ALTERNATIVA DE CRECIMIENTO CASO GRUPO DIFARE & BAYER S.A. EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL AÑO 2015

Autores:

Ing. Andrés Rogelio Nevárez Vélez.

Ingeniero en Administración de Empresas énfasis Gestión Empresarial.

Universidad Tecnológica Ecotec.

anevarev@gmail.com

Econ. Brian Guillermo Williams Flores, MGS.

Docente a tiempo completo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Magíster en Marketing y Dirección Comercial.

Universidad Tecnológica Ecotec.

bwilliams@ecotec.edu.ec

RESUMEN

Las alianzas estratégicas han servido de mucho para los consumidores finales, puesto que los productos se vuelven cada vez más accesibles debido a la facilidad con la que se los puede conseguir en los diferentes puntos de venta, y la industria farmacéutica no es la excepción. En la actualidad existe gran dificultad para conseguir fármacos o medicamentos de marca, lo que incrementa la preocupación de los pacientes al momento de consumir medicamentos genéricos, que no son de mala calidad, pero su efectividad se ha visto cuestionada en los últimos tiempos; por ese motivo el presente trabajo de investigación permite conocer la alianza estratégica establecida entre el Grupo Difare y la empresa Bayer S.A., la cual ha desembocado en el crecimiento comercial de ambas compañías logrando alcanzar interesantes niveles de satisfacción de sus clientes.

Palabras clave: Alianza estratégica, crecimiento comercial, fármacos

ABSTRACT

Strategic alliances has helped consumers a great deal, to the fact that goods have become more accessible because of its availability of its sale points, and the pharmaceutical industry is no exception.

At the present moment, there's great difficulty in obtaining brand products, at the same time raises patient concern when obtaining generic products in the pharmaceutical line, which may not necessarily bad or of bad quality, but lately, its effectiveness has been questioned. For this reason, this investigative paper will permit us to learn the strategic alliance between the Grupo Difare and Bayer S.A.

which has led both companies to exceptional business growth, making it possible for rising customer satisfaction

Keywords: Strategic alliance, business growth, medicine

1. INTRODUCCIÓN

En una economía golpeada como lo es la ecuatoriana, donde el acceso a medicinas de calidad afecta de manera considerable el presupuesto de los hogares, es sumamente complicado acceder a medicamentos de marca debido a sus altos precios, motivando a las familias a recurrir a los tan conocidos genéricos, ocasionando fuerte impacto en los resultados económicos de los laboratorios farmacéuticos productores de medicamentos de alta calidad. Las alianzas estratégicas son sociedades en las que dos o más empresas deciden trabajar en conjunto con el fin de lograr objetivos que sean mutuamente beneficiosos en una economía donde difícilmente se puede crecer, a través de ello las empresas pueden compartir diferentes recursos, información, capacidades y riesgos con el fin de lograr sus objetivos y metas propuestas; una de las razones principales por las que las empresas entran en una alianza estratégica es para obtener ventaja de las innovaciones de otras compañías sin tener la necesidad de invertir en desarrollo e investigaciones.

De acuerdo a lo establecido por Frías (Kaplan, 2012) una alianza estratégica “es un acuerdo de su empresa con una o más entidades a fin de realizar ciertas clases de negocios juntos para beneficio mutuo y bajo términos específicos”. (Pág. 173)

La pertinencia de este tema se basa en conocer las razones por las que el Grupo Difare y Bayer S.A., incurrieron en una alianza estratégica, identificando sus beneficios y las opciones que se encuentran en el mercado con el fin de promover su crecimiento comercial.

El Grupo Difare llegó a existir en 1987, gracias a las ideas de Carlos Cueva González y su esposa Galicia Mejía Zevallos, quienes dieron inicio a su actividad económica abriendo una farmacia cuyo nombre fue “Marina”, la cual ganó reconocimiento por la eficacia y rapidez de entrega de sus productos así como la diversidad de los mismos, lo que generó confianza entre sus clientes debido a la seguridad de poder encontrar la medicina que necesitaban en el momento preciso; aspecto que contribuyó para que en Julio del año 1994 esta pequeña farmacia se convirtiera en la distribuidora farmacéutica “René”, para luego de tres años, ser reconocidos con el nombre de *Distribuidora Farmacéutica Ecuatoriana – DIFARE S.A.*, donde hasta la actualidad mantiene una imagen altamente competitiva expandiendo sus negocios en Quito y Cuenca.

Por su parte, Laboratorios Bayer es una empresa de origen alemán que empezó sus actividades en el Ecuador en el año 1930. Sin embargo fue el 5 de mayo del 1967 cuando oficialmente se establece la compañía Bayer Farmacéutica S.A., en la ciudad de Guayaquil. Para estos años la empresa sencillamente se dedicaba a la formulación de ciertos productos fitosanitarios por medio de Servicios Agrícolas. Fue para los años 1990 y 1991 cuando Bayer asume la responsabilidad de todas las actividades en el país, y a principios del año 1993 este laboratorio se dedica exclusivamente a importar y comercializar medicinas desde su país de origen, Alemania, lo que le permitió ganar reconocimiento por más de 70 años de historia en el país, llegando a ser una de las multinacionales líderes ofreciendo productos de calidad.

Ante una disminución en las ventas de la compañía Bayer S.A., ésta se vio en la necesidad de implementar nuevas estrategias comerciales que le permitan recobrar el terreno perdido en el mercado ecuatoriano, donde la promoción y uso de medicamentos genéricos es una política de estado. El resultado que se espera conocer es si efectivamente ¿Son las alianzas estratégicas una oportunidad para que las empresas que la conforman puedan desarrollarse y crecer en el mercado?

El presente estudio pretende determinar el grado de efectividad que tuvo la alianza formado por las compañías antes mencionadas. Las alianzas estratégicas durante años han sido foco de interés para muchas compañías, puesto que se ha podido destacar de la experiencia de quienes han optado por éstas, la oportunidad de crecer y permanecer en el mercado, beneficiándose de los logros de ambas empresas, con el fin de minimizar gastos de inversión en ciertos aspectos que le han permitido continuar en mercados como el nuestro, por ende se busca conocer si las alianzas estratégicas son viables en un mercado como el ecuatoriano, sirviendo de oportunidad o solución para competir con otras empresas privadas o estatales y contra políticas gubernamentales que podrían ocasionar sesgos en el comportamiento del consumidor.

En este estudio se pueden destacar la disminución en gastos de personal, inversión y desarrollo que se encuentran implícitos en la propuesta, buscando un beneficio para ambas empresas. Para poder identificar la efectividad de la alianza formada entre el Grupo Difare y Bayer S.A., será necesario describir los aspectos principales de dicha alianza y los resultados obtenidos, como se vayan observando a lo largo de la investigación. (Hernández, et al, 2010)

2. DESARROLLO

Una alianza estratégica es una asociación de un acuerdo entre dos o más personas físicas o jurídicas con la finalidad de obtener un grupo de propósitos acordados indispensables sin dejar de ser instituciones autónomas, permitiendo el crecimiento de la entidad gracias a la cooperación de las partes entre las funciones,

adquisiciones y el aumento sistemático. Los accionistas pueden proveer el acuerdo o alianza estratégica con recursos como lo son los canales de distribución el cual se encarga de poner a disposición el producto para los consumidores, la capacidad de fabricación, inversión del plan o proyectos, bienes propios de inmuebles o maquinarias, conocimientos, experiencia o la propiedad intelectual.

La alianza es una cooperación de un acuerdo mutuo que tiene como fin una correlación en la que cada accionista o socio confía en que los beneficios de la alianza sean mucho más mayores que la de los ahíncos propios. La alianza conlleva frecuentemente el traspaso de tecnología (ingreso a los saberes y la experiencia), la distinción económica, los gastos compartidos y de riesgo.

Para Prieto (2012) , la alianza estratégica “es un entendimiento que se produce en la colaboración entre dos o más actores sociales diferentes, sean personas o empresas las que interactúen, quienes mediante el dialogo, la negociación y la definición de objetivos de consenso, elaboran un Plan de Acción conjunto tratando de lograr beneficios de mutua conveniencia.” (Pág. 44)

Sin embargo, las empresas que desean establecer una alianza estratégica deben tomar en cuenta que podrían fracasar. Fred David (2003) nos indica que algunos de los problemas comunes que ocasionan el fracaso de las alianzas son:

1. Los gerentes que deben colaborar diariamente en la operación de la empresa no participan en la formación ni el desarrollo de la misma.
2. La alianza estratégica podría beneficiar a las empresas asociadas, pero no a los clientes cuando se quejan del servicio deficiente o critican a las empresas en otras formas.
3. La alianza estratégica podría no estar apoyada de manera equitativa por ambos socios. Los problemas surgen si el apoyo es desigual

Bajo una alianza estratégica, cada entidad sostiene su autogestión al mismo instante que adquieren un nuevo beneficio. Una alianza estratégica impulsaría a una empresa a fomentar un método más seguro, extenderse a un nuevo mercado o amplificar una preeminencia sobre la competencia, entre otras probabilidades.

José María Sainz de Vicuña Ancín (2014) nos dice que “las alianzas no son un fin en sí mismas, son un medio para alcanzar un objetivo. Como todos los medios que utiliza una empresa para alcanzar sus objetivos, éstos dejan de tener valor con el paso del tiempo, por ello las alianzas –incluso las estratégicas- tienen fecha de caducidad, aunque no sepamos cuál es ni esté planificada.”

2.1 Plan Estratégico

Lo indicado por Rojas (2012), “Un plan estratégico es un documento que se utiliza para comunicarse con la organización de los objetivos de las organizaciones, las acciones necesarias para alcanzar dichos objetivos y todos los otros elementos críticos desarrollados durante el ejercicio de planificación” (pág.12).Lo expuesto por Abascal (2012) “Un plan estratégico es un conjunto de acciones programadas para conseguir un objetivo a plazo fijo” (pág.63)

Un plan estratégico o también conocido como un plan de proyecto es un manifiesto que se determina por escrito, mediante un periodo determinado de tiempo, teniendo en cuenta los siguientes puntos:

- Los principales objetivos de una organización (por ejemplo, una empresa)
- Los principales tipos de acciones y medios que emplea para lograr estos objetivos.
- Una fase en el tiempo que se requiere de los propósitos y la aplicación de pasar de una sencilla estrategia a un plan específico. El plan suele distribuirse en los planes sectoriales para distintos proyectos y unidades organizativas que fundamentan un papel vitalicio en la ejecución de la estrategia.

La planificación estratégica se considera como una función de gestión administrativa y de organización empleada para determinar las principales precedencias, aumentar las fuerzas y los recursos, reforzar las acciones, procurar que los auxiliares y otras partes atraídas están laborando para lograr metas colectivas, instaurar un vínculo en base al deseo de los resultados, estudiar y reajustar el curso de la organización en favor a un ambiente variable. La planificación de proyecto eficaz modula no solo cuando una entidad va y las acciones indispensables para progresar, sino a su vez como se sabrá si esta es exitosa.

De forma general, la planificación puede dividirse en tres niveles:

- La planificación estratégica.
- Táctica de planificación.
- Operacional.

Un esquema de planificación y gestión de marketing estratégica ha sido empleado con notoriedad en muchas entidades, para con ello disminuir algunos problemas.

2.2 Estrategia de Mercado

Se debe poner en mantenimiento una estrategia defensiva que ayude a cuidar la posición lograda en una estrategia de cambio mediante los desafíos de la

competencia, una estrategia o táctica en un plan de proyecto es el líder de mercado ya que tiene en su haber la experiencia conseguida en la empresa que contiene personal participante y contiendas competitivas en el aumento de la ventaja.

La estrategia de un mercado generalmente persigue a las organizaciones que poseen una escala predominante en el mercado y desean mantener esa posición en la pugna que pueda darse en el mercado en aumento en un determinado mercado ya desarrollado.

- Concentración de producto.
- Especializado en producto.
- Especialización en cobertura.
- Análisis de la competencia.
- Análisis y ventajas competitivas.

Según lo expuesto por Malhotra (2011), “El diseño de la investigación consiste en llevar a cabo un plano o estructura para la ejecución de un proyecto de investigación, para ello el investigador debe de evaluar los recursos con los que cuenta, como a su vez dinero para la ejecución del mismo.” (Pág. 74)

Como se logra evidenciar, es necesario llevar a cabo un diseño de investigación que permita al autor conocer la forma en la que debe desarrollar la misma, a más de ello aumentar la posibilidad de que los datos alcanzados en el desarrollo del presente estudio sean los esperados, para ello a continuación se expondrá cada uno de los parámetros correspondientes.

- Conocer con certeza el acontecimiento o hecho que se pretende investigar.
- Dependiendo de la necesidad del estudio, indicar los tipos de investigación a desarrollar.
- Establecer el instrumento o herramienta que aporte para la obtención de la información.
- Determinar la técnica que ayude al autor a la recolección de los datos.
- Precisar el software para la tabulación de los datos alcanzados a través del estudio.
- Definir la población tomada en cuenta para el estudio, como a su vez su respectivo cálculo del tamaño de la muestra.
- Detallar la manera en el que se efectuará el levantamiento de la información.

El presente trabajo de investigación es de carácter exploratorio-descriptivo ya que la medición de las alianzas estratégicas no ha sido abordada de manera exhaustiva en el país. Según lo definido por Llopis (2012), “La investigación exploratoria consiste en una búsqueda plena, donde se intenta alcanzar conocimientos sobre un tema o problema poco o nada estudiado, es generalmente útil para los investigadores cuando se necesita elevar el nivel de conocimiento referente a lo que pretende estudiar.” (Pág. 40). Descriptivo porque se tratarán los distintos detalles o

características que conforman la alianza estratégica formada por las empresas mencionadas. Hernández, et al (2010, pág. 80) indica que el estudio descriptivo especifica características, propiedades o rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, así como las tendencias de un grupo o población en particular. Para dar respuesta a la pregunta problémica se utilizó el método de las entrevistas acompañado del análisis descriptivo de los resultados comerciales de la alianza.

En el año 2013 nace la idea de esta alianza entre el Grupo Difare (Distribuidor) y Bayer S.A. (Laboratorio Farmacéutico) con la finalidad de aprovechar los puntos en los que cada una de las empresas se destaca, creando un vínculo entre ambas que permitan a través de la antes mencionada estrategia comercial obtener una ventaja competitiva en el mercado nacional.

Una vez realizada las negociaciones entre ambas empresas se determinan los siguientes puntos clave que formaran parte del contrato para la alianza en los que se establece lo siguiente:

- Cobertura a todos los puntos de venta a nivel nacional que formen parte de la cartera del Grupo Difare.
- Logística en la entrega de los productos de Bayer S.A. que permitan que el cliente (Grupo Difare) reciba la mercadería en un máximo de 48 horas desde la facturación.
- Incentivos monetarios por concepto de cumplimiento de presupuesto para la fuerza de ventas que será cubierto 50% por parte del Grupo Difare y 50% por parte de Bayer S.A.
- Cobro y recuperación de cartera por parte del Grupo Difare a los clientes.
- Capacitación constante a la fuerza de ventas del Grupo Difare por parte de los visitadores médicos de Bayer S.A. para mejorar los conocimientos acerca de cada uno de los productos ofertados.
- Incentivos varios a los mejores clientes del Grupo Difare que permita crear fidelización con el distribuidor y el laboratorio.
- Descuentos en los productos de Bayer S.A. que irán desde el 5% al 15%.
- Promover la prescripción médica de los productos a través del equipo de visitadores médicos de Bayer S.A.

Grupo Difare obtendrá un descuento permanente del 5% en todos los productos de Bayer S.A. adicional a un descuento especial que podrá ser ofertado a la cartera de clientes durante la penúltima semana de cada mes que va desde el 10% al 15%.

Tabla 1: Cuadro de descuento en productos de Bayer S.A.

TABLA DE DESCUENTO	
Permanente	5%
Penúltima semana de cada mes	10% - 15%

Fuente: Grupo Difare

Por su parte, Bayer S.A. obtendrá un beneficio significativo al no tener que incurrir en la creación de una fuerza de ventas permitiéndole disminuir sus costos operativos que representarían aproximadamente una inversión de USD \$9,500.00 mensuales por concepto de salarios al equipo de ventas, sin tomar en cuenta que dicho costo sería mayor si detalláramos los beneficios sociales.

Tabla 2: Cuadro de Sueldos de la fuerza de ventas Bayer S.A.

BAYER S.A.		
Cargo	No. de Colaboradores	Salarios
Jefe de Ventas	1	\$2,000.00
Asesor Comercial	5	\$1,500.00
Total:	6	\$9,500.00

Fuente: Bayer S.A.

Bayer S.A. reduce su estructura para que sus productos sean más accesibles al consumidor final, mejora su cartera y cobertura, por su parte el distribuidor como es el caso de Grupo Difare, al realizar un trabajo adecuado demostrándole al laboratorio que su cobertura es mayor sobre la competencia, captura ventas directas a través de una ventaja de eficiencia por su experiencia y una promoción de productos de calidad pudiendo ofrecer descuentos que van desde el 5% al 15%.

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Como toda estrategia comercial que busca un crecimiento significativo, la alianza busca incrementar sus ventas anuales, información que es posible confirmar a través de los cuadros de ventas anuales de los productos de la empresa Bayer S.A. por parte del Grupo Difare:

Tabla 3: Cuadro de ventas anuales alianza Grupo Difare & Bayer S.A.

AÑO 2013	3'208,927.54
AÑO 2014	11'009,114.02
AÑO 2015	12'899,754.46

Fuente: Grupo Difare

Gráfico 1: Ventas anuales alianza Grupo Difare & Bayer S.A.

Ventas Anuales Alianza Grupo Difare - Bayer S.A.



Fuente: Grupo Difare

En el año 2013 se da inicio a la alianza, teniendo como referencia que para este año la facturación proyectada por la empresa Bayer S.A. era de USD\$ 1'483,249.67; logrando alcanzar un incremento del 116% llegando al monto de 3'208,927.54. En el año 2014, una vez que la alianza ha tomado fuerza se puede destacar un incremento significativo en las ventas de los productos de Bayer S.A. llegando al 243.08%, en comparación al año anterior, porcentaje que permite identificar fácilmente el éxito obtenido. Para el año 2015, el incremento en las ventas continúa, no con el ritmo presentado en años anteriores pero alcanzando una tasa del 17.17%, permitiendo que la alianza entre éstas dos compañías se mantenga.

Bayer S.A. es uno de los laboratorios líderes en el mercado nacional por la calidad y diversidad de sus productos, siendo uno de los más representativos a nivel nacional,

con una facturación en el año 2015 a través de la alianza que actualmente se mantiene por USD \$12'899,754.46 que equivale al 3.68% del presupuesto global del Grupo Difare.

El mercado farmacéutico de la ciudad de Guayaquil representa aproximadamente el 21.71% del presupuesto anual para Grupo Difare como se puede comprobar en el siguiente cuadro:

Tabla 4: Cuadro de presupuesto anual Guayaquil

Año	Ventas Bayer S.A.	Presupuesto Anual Guayaquil
2015	12'899,754.46	2'801,544.00

Fuente: Grupo Difare

Guayaquil es la ciudad con mayor participación dentro del mercado nacional; si analizamos el presupuesto para esta ciudad podríamos determinar la zona de la ciudad con mayor participación a través del siguiente cuadro:

Tabla 4: Cuadro de presupuesto mensual Guayaquil

ZONA	PRESUPUESTO
NORTE	74,338.00
CENTRO	35,217.00
SUR	73,247.00
INSTITUCIONES	50,660.00
TOTAL	233,462.00

Fuente: Grupo Difare

Estableciéndose el norte de la ciudad con facturaciones aproximadas de USD \$74,338 como el sector con el mayor presupuesto que equivaldría al 31.84% del presupuesto global de la ciudad.

Para corroborar el éxito de la alianza se realizó una entrevista a los principales gestores de la misma con el objetivo de conocer sus argumentos y valoraciones. Dicho método favorece la comprensión de temas debido al contacto directo con los involucrados de manera directa debido a que se trata de una técnica generadora de información primaria, recabando detalles cualitativos acerca de los beneficios que conlleva para ambas entidades la puesta en práctica del acuerdo. Los entrevistados forman parte fundamental de la operatividad comercial y su relación nominal de informadores clave se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 6: Relación Nominal de Informadores dentro de la Alianza

No.	ENTIDAD	NOMBRE	CARGO
1	GRUPO DIFARE	Ing. Javier Arteaga, Ms.C	Gerente de Distribución
2	GRUPO DIFARE	Ing. Julio Espín Freire	Asesor Comercial Alianza
3	BAYER S.A.	Sr. Gerardo Vélez	Jefe Regional Trade Marketing
4	BAYER S.A.	Sra. Tereley Lazo Crespín	Visitadora a Médicos

Entre los factores que Influyen en la existencia de la alianza tenemos:

“Atención al cliente, fuerza de ventas, informalidad en pagos, clientes de riegos, cartera difícil de recuperar y la falta de distribución de los productos.”

Gerente de Distribución

“Entre la más importante se encuentra la dificultad que tienen estos laboratorios de poder abarcar todo el territorio.”

Asesor Comercial Alianza

“La falta de distribuir los productos; como toda empresa en general desea y necesita que su mercadería sea comercializada en gran parte del mercado, y muchas veces es lo más complicado por los gastos que incurre.”

Jefe Regional Trade Marketing

“Los costos extras en los que deben incurrir las empresas como es en nuestro caso la distribución y cobertura; como laboratorio buscamos posicionar nuestros productos en el mercado tratando de llegar a mayores sectores de la ciudad lo cual se complica al no contar con una infraestructura y logística completa sobre el tema de distribución.”

Visitadora a médicos

La ventaja competitiva que se encuentra inmersa en la alianza:

“La atención al cliente, puesto que la empresa maneja todos los productos para poder brindar toda la satisfacción mejor que la competencia, a pesar de que los demás fármacos son muy similares.”

Gerente de Distribución

“Ganar un terreno en todo el mercado farmacéutico, dando posicionamiento no solo a la marca sino también a la distribuidora.”

Asesor Comercial Alianza

“El brindar una atención al cliente completa y personalizada, ya que al comercializar los productos del laboratorio, no solo va acompañado de venderlo sino también de brindar asesoría al consumidor final.”

Jefe Regional Trade Marketing

“Acceder a mayores puntos de la ciudad con nuestro producto permitiendo que más personas se familiaricen con nuestra marca y a su vez deposite la confianza en nuestros productos que durante años se han caracterizado por la calidad y eficiencia en sus fórmulas.”

Visitadora a médicos

En lo concerniente al beneficio que conlleva la alianza para ambas partes:

“El beneficio para el Laboratorio es que sus productos lleguen a cada una de las farmacias facilitando el acceso del medicamento por parte del consumidor final y este pueda evidenciar las innovaciones que mantiene dicho fármaco. Esto permitirá que el producto resulte asequible y por lo tanto reducirá el riesgo por cartera, mejorando el flujo de efectivo y alcanzando una mayor cobertura. El distribuidor se beneficia puesto que gana posicionamiento del mercado, y capturar ventas.”

Gerente de Distribución

“Ganar posicionamiento en el mercado, esto sin dudas es un gran beneficio, así como obtener una cartera de clientes amplia en diversos sectores del país. Por otro lado se gana mucha imagen comercial, reconociendo que los productos Bayer S.A. son de gran calidad, por lo tanto los consumidores pueden obtener un fármaco garantizado.”

Asesor Comercial Alianza

“Laboratorio.- Sus productos son reconocidos por gran parte de los proveedores pequeños como son las farmacias, por lo que sus productos llegan a gran parte de los consumidores finales. Distribuidor.- Ser reconocidos como los mejores proveedores a los minoristas, cumpliendo las expectativas del cliente.”

Jefe Regional Trade Marketing

“Para el laboratorio el beneficio directo es la cobertura que nos permite el distribuidor alcanzar al poder acceder a sectores que no podíamos por nuestra propia logística, mientras que el distribuidor se beneficia al poder ofertar entre su cartera de clientes productos nuestros con mejores precios manera con la que lograrían fidelizar a ciertos clientes.”

Visitadora a médicos

Respecto al beneficio económico:

“Si claro, ya que se evita costos operativos como fuerzas de ventas, riesgo de cobro, servicio logístico y recuperación de medicina dañada. El distribuidor contribuye a que lo mencionado no ocurra ya que mantiene una estrategia operativa directa para que los productos lleguen sin ningún problema al consumidor final sin generar costos adicionales.”

Gerente de Distribución

“Por supuesto, el laboratorio se ahorra el gasto de logística, puesto que para eso se encuentra el distribuidor.”

Asesor Comercial Alianza

“Tanto para la distribuidora como para el laboratorio, ya que se evitan muchos gastos en la logística.”

Jefe Regional Trade Marketing

“Sí, básicamente cada una de las partes estaría aprovechando su liderazgo en diferentes áreas como es la distribuidora con su logística y cobertura, y el laboratorio con su innovación e investigación de sus productos para que sean de calidad.”

Visitadora a médicos

4. CONCLUSIONES

Luego de analizar los resultados producto de ésta investigación se puede llegar a lo siguiente:

Se determinaron las alianzas estratégicas como alternativas de crecimiento comercial, siendo estas factibles por el aporte económico así como la gran imagen comercial y competitiva que obtienen las empresas relacionadas.

Se diagnosticó la situación actual del Grupo Difare y Bayer S.A., donde se pudo concluir que estas dos empresas son altamente reconocidas por su rapidez de entrega, así como variedad de sus productos y por ende la calidad de los mismos.

Se evaluó el acuerdo entre el Grupo Difare y Bayer S.A. como alternativa de crecimiento para ambas empresas, evidenciando que su alianza estratégica ha generado un considerable crecimiento en sus ventas, lo cual ha sido motivo de premiación por reconocidos medios de comunicación del país.

5. RECOMENDACIONES

Teniendo como objetivo principal el análisis de la efectividad de una Alianza Estratégica que involucra al Grupo Difare y a Bayer S.A., y logrando establecer sus beneficios, se recomienda tomar los siguientes en consideración para futuras investigaciones:

Analizar el mercado de forma frecuente para determinar el grado de posicionamiento de las compañías que conforman la alianza.

Realizar un análisis basado en el cuadro de mando integral con el propósito de medir el rendimiento por colaborador.

Realizar un análisis por categorías de productos y subproductos a fin de establecer posibles ajustes a los puntos establecidos en la alianza estratégica.

BIBLIOGRAFÍA

Abascal, F. (2012). *Cómo se hace un plan estratégico: la teoría del marketing estratégico*. Barcelona : UOC.

David, F. R. (2003). *Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). Mexico D.F., Mexico: Mc Graw-Hill.

Kaplan, S. (2012). *Sea el elefante: Edifique una empresa más grande y mejor*. México, D.F.: Thomas Nelson Inc.

Malhotra, N. (2011). *Investigación de mercados*. Barcelona: Pearson Educación.

Martinez, D. (2012). *La elaboración del plan estratégico a través del Cuadro de mando integral* . Barcelona : IICA.

Prieto, J. (2012). *Gestión estratégica organizacional*. Bogotá, D.C.: ECOE Ediciones.

Rojas, F. (2012). *Cómo se hace un plan estratégico: la teoría del marketing*. Catalunya: Reverte .

Sainz de Vicuña Ancín, J. M. (2014). *Alianzas estratégicas en la práctica*. Madrid: Esic.

013. LOS EMPRENDIMIENTOS DESDE LA PERSPECTIVA HISTÓRICA, ECONÓMICA Y SOCIAL, EN EL ESCENARIO MUNDIAL Y DEL ECUADOR

Autores:

Rosa Sandra Burgos Castelo

Nacionalidad ecuatoriana, Ingeniera en Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, 5 años de experiencia como contadora de importantes empresas gráficas de la ciudad de Riobamba – Ecuador, desde el 2011 hasta la actualidad docente de las cátedras de gestión y emprendimiento en la Facultad de Salud Pública de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Aspirante de Doctorado en Ciencias Económicas en la Universidad de La Habana - Cuba. burgossandry@yahoo.com

Lydia Villar López

Nacionalidad cubana, Doctora en Ciencias Económicas y profesora titular de la Universidad de La Habana, actualmente Jefa del Grupo Asesor de Inversión Extranjera. Ministerio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera (MINCEX) en Cuba, Tutora de tres aspirantes al título de master en inversiones y finanzas y de dos aspirantes al título de doctor en ciencias económicas. Miembro del Consejo Científico de la Facultad de Economía de la Universidad de La Habana, Miembro del Tribunal Nacional de Doctorado en Economía, premio Universidad de La Habana al mejor artículo de ciencias económicas en los años 2012 y 2013. lidia@fec.uh.cu

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo es presentar de manera cronológica los principales eventos históricos que destacan la importancia que han tenido y tienen los emprendimientos en las relaciones materiales y sociales de la humanidad, influyendo constante y progresivamente en el desarrollo, que ha tomado como base la insaciable necesidad de superación del hombre, desencadenando una marcada revolución tecnológica en sus procesos y en sus productos, que ha generado efectos a nivel mundial como la internacionalización con lo que no solo se acorta distancias y simplifica negocios, sino se transforma la sociedad, la economía, la cultura, etc.

En tal virtud este documento a partir de una revisión literaria e histórica, presenta información relevante sobre los principales eventos que han marcado el desarrollo de los emprendimientos desde sus orígenes hasta épocas actuales; y su aporte al desarrollo desde la perspectiva histórica, económica y social, presentando los principales eventos suscitados en el escenario mundial que destaca la evolución e

importancia del emprendimiento, así como también evidencia información relevante sobre los emprendimientos en la realidad socioeconómica del Ecuador.

Finalmente los datos y cifras citadas en el documento demuestran la presencia de los emprendimientos desde épocas remotas de la humanidad, pero sobre todo como estos han definido en su desarrollo hasta la época actual, constituyéndose en el motor que impulsa la innovación, el conocimiento y la tecnología.

Palabras clave: Emprendimientos –Historia – Económica – Social – Mundial – Ecuador

1. EVOLUCIÓN E IMPORTANCIA DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN EL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO.

Como es de conocimiento universal los emprendimientos se han consolidado en pequeñas, medianas y grandes empresas que son y han sido desde siempre la principal fuente de generación y movimiento de capital, mediante los cuales desde el principio de la humanidad el hombre ha generado recursos y satisfecho necesidades, a través de su iniciativa, creatividad y capacidad. En un principio el emprendimiento fue la respuesta a la necesidad de subsistir, para lo cual el hombre utilizó todos los objetos primarios de trabajo que encontraba disponibles en la naturaleza, con el paso del tiempo fue tomando conocimiento que estos recursos podían ser adaptados y controlados para obtener beneficio y satisfacer sus necesidades. La conciencia del hombre sobre el poder que puede ejercer a través de los instrumentos de trabajo, generan las primeras formas de producción que dan origen a los primeros emprendimientos, tomando como base las necesidades elementales del hombre, a las cuales la iniciativa humana ha ido ofreciendo una nueva y mejorada solución, que con el paso del tiempo este deseo de facilitar y mejorar el estilo de vida, se convirtió en el motor que ha dado origen al adelanto que actualmente vive la civilización.

El emprendimiento tiene sus orígenes desde que el hombre habita el planeta, esto es, hace alrededor de un millón de años, época desde la cual se ha presentado una evolución que se evidencia en el avance de la civilización como tal hasta el momento actual, generando a través de su historia gran influencia en las relaciones materiales y sociales que han adoptado las diferentes economías a nivel mundial, presentando incesablemente soluciones cada vez más simples en su aplicación pero complejas en su concepción, resultado de lo cual se evidencia en la actualidad un acelerado desarrollo tecnológico y científico que evoluciona de manera permanente los instrumentos de producción.

Los orígenes del emprendimiento en el mundo se remontan a mediados del Neolítico. Se conoce que el hombre en función de la necesidad de alimentación, mediante un

modo de producción colectivo descubre la agricultura, que en sus inicios era básicamente una actividad de subsistencia, sin embargo, a medida que se fueron incorporando nuevas técnicas; como el uso de la fuerza animal, el desarrollo de nuevas herramientas, la división social del trabajo, las cosechas obtenidas comenzaron a rebasar la capacidad de consumo, generando la sobreproducción que finalmente derivó en la aparición del comercio, con lo cual el hombre empezó a especializarse en otras ramas como la alfarería o la siderurgia. Todos estos sucesos son los antecedentes que dieron inicio de la producción mercantil que daría origen a la mercancía.

Una sociedad más organizada empezó a generar necesidades y la satisfacción de estas da origen al trueque, que no solo supuso un intercambio local de bienes y alimentos, sino también un intercambio global de innovaciones científicas y tecnológicas, entre otros, con el perfeccionamiento en la fundición y tratamiento del hierro y el bronce aparecen industrias artesanales de armas, clavos, cuchillos, cerrajería, rueda, etc.

El intercambio de innovaciones basado en las relaciones de producción propició un paulatino cambio de las sociedades, aparecen los primeros sistemas de permuta con lo que la riqueza podía almacenarse e intercambiarse, dando origen a las primeras sociedades capitalistas y también las primeras estratificaciones sociales, en donde la sociedad burguesa domina la propiedad privada sobre los medios de producción, característica que se constituye en la base de las sociedades antagónicas como lo fueron el esclavismo y feudalismo.

En Europa durante la edad media, especialmente a partir de los siglos XII y XIII, con la aparición de los oficios empieza una dinámica empresarial de exportación de materias primas y bienes manufacturados, en donde las fuerzas productivas de los ingleses y españoles se especializan en la elaboración de lana y prendas elaboradas, los holandeses producían arenques salados, Francia exportaba sal, el sur de Europa también destacaba por sus vinos, sus frutas y su aceite. Este dinamismo económico mundial genera la ampliación del cambio y con este la aparición del dinero, “mercancía universal por medio de la cual se valoran todas las demás mercancías y que sirve de intermediario en el cambio”¹.

Cuando las primeras ciudades surgen, se genera la necesidad de comunicación para el intercambio, por lo que el desarrollo de veleros y medios de transporte eficientes durante los siglos XV y XVI propiciaron el incremento de las actividades comerciales permitiendo la aparición de nuevas empresas y el crecimiento de las ya existentes. A medida que descendía el coste de transportar grandes cargamentos a larga distancia,

¹C. Marx. “El Capital”. T. I.

los productores empezaron a producir a gran escala logrando establecer negocios desde el Báltico hasta los Países Bajos y Europa.

El descubrimiento de América (1492) amplió una gama de nuevas posibilidades a través de la producción mercantil y el comercio de mercancías como el tabaco y la madera. La explotación española de las grandes minas de oro y plata mexicanas y de los países sudamericanos dominados por el imperio español, transformó por completo el comercio internacional.

En los años siguientes, la actividad empresarial se transforma, desencadenando el paso desde la economía agraria y artesanal, a una en la que predomina la industria mecanizada, con la primera Revolución Industrial gestada en el Reino Unido a mediados del siglo XVIII, que posicionó a Europa como el continente que se convirtió en el centro de una red comercial global durante todo el siglo XIX, centrando su actividad en la compra de materias primas como el trigo a mercados extranjeros (EE.UU., Australia, Argentina y la India), en donde la actividad empresarial logra multiplicar por cinco el comercio mundial, mediante la transformación y comercialización de bienes industrializados.

En 1914 la Primera Guerra Mundial desgasta a Europa y EE.UU. aprovecha la oportunidad para consolidarse como productor de materias primas y potencia industrial, adquiriendo a bajos precios varias compañías inglesas y francesas, situación que posiciona a este país como uno de los principales propietarios de las fuerzas de producción a nivel mundial, posibilitando un acelerado desarrollo industrial y comercial de esa nación hasta épocas actuales.

Desde mediados del siglo XIX y hasta 1930 aproximadamente, Latinoamérica adoptó el modelo primario exportador, originándose una vinculación con el mercado internacional que trajo como consecuencia el crecimiento de las ciudades portuarias litorales.

Las empresas Latinoamericanas buscaron modernizarse pues debían ser competitivas, los gobiernos por su parte tuvieron que mejorar la infraestructura civil, con nuevos caminos, puentes y puertos, incentivar el emprendimiento otorgando créditos blandos a los futuros industriales y debió transformarse en empresario para los grandes proyectos de siderurgia, química y energía, ya que no había importantes aportes privados para estos proyectos. Ante estas necesidades en 1933 EE.UU. se vuelve el principal prestamista de países latinoamericanos a través de créditos que Roosevelt llamó la "política del buen vecino", créditos que en muchos casos volvieron más dependientes a pequeños países del poderío americano.

Con la Segunda Guerra Mundial (1939 – 1945) mientras EE.UU. se consolida como una fuerza capitalista mundial, enfocándose principalmente en la fabricación de armas,

Latinoamérica por su parte concibe una nueva oportunidad de crecimiento empresarial a través de la explotación minera y la comercialización de alimentos, utilizando fuerzas productivas con poco nivel de desarrollo, situación que ha marcado históricamente a estos países como subdesarrollados.

Para el año 1947 tiene origen la Guerra Fría , etapa en la cual se declara abiertamente el conflicto hegemónico entre Estados Unidos USA y la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas URSS por la supremacía ideológica y militar a nivel mundial, marco bajo el cual se dan los acuerdos Bretton Woods (1944) posteriormente consolidándose como acuerdos multilaterales que promueven el libre comercio entre las naciones, bajo la mirada de organismos creados para el fin, como fueron el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y la Organización Internacional del Comercio (Habana 1947) que establece políticas arancelarias, aspectos legales, sanitarios, técnicos, etc., dando inicio a otra guerra, la guerra económica y comercial que pasó desapercibida a los ojos de muchos, pero que significó la internacionalización de muchas empresas que posteriormente terminaron consolidándose como transnacionales.

De este período se rescata el acelerado avance tecnológico e industrial de las naciones, época en la cual los factores de producción basados en el conocimiento, evolucionaron aceleradamente para generar descubrimientos como el horno microondas patentado por la Raytheon Company en 1947, el primer computador Eniac desarrollado para el ejército estadounidense, la tarjeta de crédito de los fundadores de Dinners Club, la fotocopiadora de la empresa Haloid en 1950 y la videocasetera comercializada por la firma RCA en 1951.

En la facultad de medicina de Harvard se realiza el primer trasplante de órganos en el año 1954, se crea la fibra óptica (1956), la Unión Soviética lanza al espacio el primer satélite espacial (1957) y posteriormente los EE.UU. lanzan el primer satélite meteorológico en 1958. En EE.UU se fabrica el primer robot industrial para la producción en cadena (1962), en Japón entra en funcionamiento el tren bala en 1964, la Sony – Japón fabrica la primera cámara de video portátil en el año 1965, en 1971 aparece el primer microprocesador Cpu Intel 4001 y en 1973 Motorola introduce al mercado el primer celular Dynatac, entre otros innumerables aportes que tanto las empresas dependientes del estado, como las de orden particular de la época, en busca de la supremacía, proporcionaron a la humanidad un acelerado avance tecnológico y científico como en ninguna otra época de la historia, a tal grado que de esta carrera tecnológica entre las dos súper potencias mundiales, el hombre llegó a la luna en la nave espacial Apollo 11 el 6 de julio de 1969.

El final de la guerra fría se marca con la caída del muro de Berlín el 9 de noviembre de 1989 y la posterior desintegración de URSS en 1991 , dando inicio a la era de la

globalización que ha permitido el crecimiento y desarrollo económico del sector empresarial a nivel mundial con la aparición de emprendimientos globales o también denominados “Born Global” , que a mediados de la década de los 90, según los estudios de Rennie (1993) y Madsen (1997) indican que las pequeñas y medianas empresas están jugando un papel cada vez más importante en el desarrollo de la actividad económica y comercial de las naciones.

La dinámica comercial mundial que se generó a partir de estos eventos históricos dan inicio a la globalización en la segunda mitad del siglo XX, lo que se puede definir como el proceso histórico que posibilitó la expansión del capitalismo al resto del mundo, con objetivos claramente definidos como son: 1) la libre movilidad del capital; y, 2) la creación de un solo mercado mundial.

Para el siglo XXI la globalización cuenta con un nuevo aliado, que permite acortar incluso las distancias más largas, la revolución tecnológica en las comunicaciones, lo que exponencialmente eleva las posibilidades de las empresas a tener presencia mundial, derivando en una nueva forma de hacer negocios y dar movilidad a la mercancía, a través del internet.

Factores que se adecuaron en algunas empresas como el detonante para consolidarlas en multinacionales, como el caso de Coca Cola Company y McDonalds que tienen presencia en 200 y 170 países respectivamente, a las que se pueden sumar entre las más importantes Shell, Sony, IBM, Unilever, Phelps Dodge, etc., que también presentan una importante participación en los mercados internacionales.

Para el caso de las instituciones financieras, estos conforman grandes consorcios como es el caso de Orión que comprende los siguientes bancos: Westminster Bank (Gran Bretaña), Westdeutsche Landesbank (Alemania), Crédito Italiano (Italia), Banco de Santander (España), Chase Manhattan Bank (USA), Mitsubishi's Bank (Japón) y Orio Royal Bank (Canadá).

Para el 2015 la mayoría de las empresas mejor posicionadas a nivel mundial se ubican en los Estados Unidos con un total de 140 firmas, seguido por Japón con 68 y Francia con 40. El dominio del panorama económico mundial de EEUU se evidencia en el último ranking de las mejores empresas, en donde coloca 7 de las 10 primeras en la lista (Tabla N. 1) y 54 de las 100 son de nacionalidad estadounidense.

Tabla 01 – Ranking 10 mejores empresas a nivel mundial

Ranking	Empresa	Cap. Bursátil	País
1	Apple Inc.	650,05	U.S.A.
2	Microsoft Corp.	346,11	U.S.A.
3	Google Inc.	324,59	U.S.A.
4	Exxon Mobil Corp.	320,78	U.S.A.
5	BerkshireHathaway Inc.	314,07	U.S.A.
6	Petrochina Co-H	308,57	China
7	Industrial & Commercial bank of China (ICBC)	259,95	China
8	Wells Fargo & Co	253,00	U.S.A.
9	Johnson & Johnson	246,67	U.S.A.
10	China Mobile	244,23	China

** Capitalización bursátil del 14 de Mayo de 2015 en miles de millones de euros*

Fuente: Bloomberg 2015

Del análisis evolutivo es lógico concluir que el desarrollo de los países ha dependido en gran medida del adelanto de las fuerzas productivas, que desde las empresas se generan hacia la sociedad y la economía, a través de las diferentes relaciones de producción registradas en el transcurso de la historia. Informes de la ONU han posicionado a Canadá, EE.UU, Japón, Corea del Sur, Alemania, Francia, entre otros, como países con alto índice de desarrollo económico y social, situación que concuerda con la información anterior para el caso de EE.UU, Japón, Francia.

Finalmente para el 2015 el índice Mundial de Innovación que examina “políticas eficaces de innovación para el desarrollo”, identifica a países como: Suiza, Reino Unido, Suecia, Países Bajos, EE.UU, Finlandia, Singapur, Irlanda, Luxemburgo y Dinamarca como los diez países que lideran este ranking, los mismos que han logrado promover el crecimiento, propiciando mejoradas condiciones socioeconómicas a sus poblaciones, resultado que en gran parte se atribuye a una actividad empresarial que incluye fuerzas productivas y medios de producción altamente capacitados y desarrollados.

2. LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA REALIDAD SOCIOECONÓMICA DEL ECUADOR

En el Ecuador la génesis del emprendimiento, se inicia antes de la llegada de los españoles, con el intercambio mercantil de los indios balseros de Payta, Tumbes y

Guayaquil, que utilizando sus singulares embarcaciones acuáticas, llevaban y traían mercaderías.

Ya para el Período Colonial, Ecuador atravesaba una época de bonanza en la explotación de productos minerales, agrícolas e industriales, garantizando un corto período de prosperidad. En esta época surge el cacao experimentando más de un ciclo económico de bonanza.

Entre 1620 y 1660 con un sistema social esclavista, los astilleros por su capacidad y calidad de navegación eran los más importantes del mar del Sur, convirtiéndose en el principal rubro generador de dinero, en momentos en que la actividad aurífera y cacaotera se encontraban en su nivel más bajo. En 1660 los obrajes serranos empiezan a asumir el liderazgo, los astilleros se mantuvieron en segundo lugar hasta 1740. La actividad de los obrajes adquirió inmensas proporciones y fue una colosal fuerza económica en todas las provincias de la sierra pero en 1720 con la apertura comercial internacional masiva de los tejidos ingleses y franceses, inicia su descenso al extremo que la gran mayoría de las compañías textiles desaparecieron hasta mediados del siglo XIX.

Para fines del siglo XVI, los productos (madera, quina, zarzaparrilla, copé, tabaco, suelas y café) de la Audiencia de Quito se podían adquirir en la mayoría de los puertos de Nueva España. Un siglo más tarde, el comercio se extendía a Buenos Aires, San Blas, el Caribe y España. Para fines del siglo XVIII, Estados Unidos se agregaba a la lista de los socios comerciales de la Audiencia de Quito.

En el período republicano (1830 – 1859) la empresa privada se constituye en una inagotable fuente de financiamiento del gasto público; y, los empresarios burgueses que en primera instancia buscaban lucro, lograron insertar al Ecuador en los mercados internacionales.

A fines del siglo XVIII e inicios del XIX, época de la Revolución Industrial, el cacao (segundo auge) y el café masifican su consumo en los países industrializados bajo un modo de producción feudalista, que impulsó la expansión de las siembras y convirtió a muchos emprendedores ecuatorianos en potentados latifundistas. La agricultura para la exportación predominaba en la costa siendo esta el motor de la economía nacional, mientras que la agricultura para el consumo interno se encontraba en la sierra.

La paja toquilla y el sombrero de paja toquilla, a finales del siglo XVIII, habían iniciado una exportación en pequeña escala. A través de las décadas el volumen de ventas se fue incrementando y para el período gran colombiano, la paja toquilla y los sombreros se ubicaron entre los principales rubros de exportación.

La década de los setenta significó el inicio del capitalismo en el Ecuador, con empresas que poseían fuerzas productivas poco desarrolladas y una clase obrera con bajos salarios y poco calificada. En 1972 se da el conocido Boom Petrolero cuando las fuerzas armadas se encuentran en el poder, este valioso recurso natural se convierte en el principal sustento económico del país y es desde 1973 que empieza el auge del petróleo para el Ecuador convirtiéndose de la noche a la mañana en un país rico, situación que se prolongó hasta 1981, año en el que se empieza a evidenciar las consecuencias de las malas administraciones de los gobiernos de turno, los que mediante diferentes políticas han buscado la manera de equilibrar la balanza, enfocándose principalmente en fomentar el crecimiento del sector empresarial y de las exportaciones con productos no tradicionales como el camarón, las flores, conservas de fruta, vehículos, fármacos, etc.

Una de las épocas más oscuras en el desarrollo de los emprendimientos y de la vida soberana del Ecuador se dio en los años 1998 y 1999, cuando el país tuvo que atravesar una profunda crisis nacional que para el año 2000 desembocó en la dolarización de la economía. De este período los efectos de carácter negativo que pueden referirse son: el cierre del 70% de las instituciones financieras, el decrecimiento del 8% en la actividad económica con pérdidas de 8 000 millones de dólares, la pérdida del valor del sucre en 195% con una inflación del 65%, el incremento del desempleo del 9 al 17% y del subempleo del 49 al 55%, la pobreza urbana paso del 36 al 65%, la utilización de 1.6 mil millones de dólares de fondos del estado para el salvataje bancario de instituciones financieras que finalmente terminaron quebrando y las que quedaron, por decreto gubernamental del entonces presidente Jamil Mahuad, congelaron los fondos de cuentas superiores a los dos millones de sucres. Todo esto sumado al fenómeno climático del niño y la caída del precio del petróleo provocaron el descalabro económico del país.

Esta crisis también tuvo efectos negativos en el ámbito social, como la masiva migración internacional, se estima que al menos 2 millones de ecuatorianos dejaron el país a partir de 1998, mientras que los que se quedaron buscaron subsanar sus economías resquebrajadas, en muchos casos mediante la generación de emprendimientos, que fueron de trascendental importancia para la reactivación y recuperación económica del país.

En el año 1997 el Global Entrepreneurship Monitor (GEM)² a través de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Espol) atendiendo a la relevancia del sector empresarial en el desarrollo económico y social de los países inicia una investigación

² El GEM fue iniciado en 1997 por académicos de Babson College (EUA) y de la London Business School (Inglaterra) el primer año de evaluación participaron 10 países, hasta convertirse en un consorcio de 54 equipos nacionales en todo el mundo. El Informe GEM es la encuesta anual que mide la iniciativa emprendedora en todo el mundo y es el mayor estudio vinculado al emprendimiento. En el Ecuador la institución que realiza este estudio es la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

con el objetivo de medir la iniciativa emprendedora en el país en los años 2004, 2008, 2009, 2010, 2013 y 2014.

Resultados de interés que ha obtenido esta investigación ha sido el constante crecimiento de la actividad emprendedora que se reporta en el Ecuador, es así que para el 2009 la *Tasa de Actividad Emprendedora* (TEA) fue del 15,8% ocupando el puesto 12 entre 52 países; mientras que para el 2010 se presentó un incremento llegando este porcentaje al 21,3%; para el 2012 pasar al 26.6% resultado con el cual Ecuador escaló dos posiciones para ubicarse como el número 10 de 69 países. Para el año 2013 se ubica en el primer lugar con un porcentaje del 36%, en el 2014 se observa una reducción con respecto al 2013 disminuyendo el porcentaje al 32,6%, resultado pese al cual el país sigue presentando el porcentaje más alto en América Latina con respecto a países como Perú (28,8%) y Chile (26,8%), estos resultados se presentan de manera cronológica y sintetizada en la Tabla 2.

Tabla 02 - Evolución anual de la TEA en el Ecuador

AÑO	TEA
2009	15,8%
2010	21,3%
2012	26,6%
2013*	36,0%
2014*	32,6%

* Primer lugar

Fuente: Reporte Global GEM para cada uno de los años

Elaboración propia

Con los resultados obtenidos en el 2010 se pudo concluir que aproximadamente 1 de cada cuatro adultos había iniciado los trámites para establecer un negocio o ya poseía uno, pero solamente el 13% del total de los emprendimientos generados llegaron a ser negocios de más de 42 meses (3 ½ años).

Ya para el 2014 los estudios realizados por el GEM en el Ecuador indican que, 1 de cada 3 adultos iniciaba su negocio o poseía uno ya establecido con más de 42 meses, el 68,4% de los negocios en el país se dedican a actividades de comercio, la Tea está compuesta por un 24,5% de negocios nacientes (menores a tres meses) y un 9,9% de negocios nuevos (menores a tres años y medio)

Como en años anteriores para el 2014 los emprendedores motivados por la necesidad (60,8%) exceden a aquellos motivados por la oportunidad (39,2%), situación que no ha presentado una variación significativa con respecto a años anteriores. Los

emprendedores por oportunidad afirmaron que las principales motivaciones para generar un emprendimiento fueron; incrementar sus ingresos e independizarse.

En cuanto a los efectos económicos que el Ecuador presentó para el año 2013, se puede destacar su tasa de crecimiento que fue del 4,5%, mientras que para el 2014 fue del 4,9% según datos del Banco Central, escenario bajo el cual la economía no petrolera sostuvo el 90% de ese crecimiento, en donde sectores empresariales como la construcción y la manufactura han presentado un crecimiento del 8,6% y 3,6% respectivamente aportando a la variación del Producto Interno Bruto (PIB) un 0,43%. Aporte que ha sido posible gracias al empuje de empresas como La Favorita³ que en la revista Vistazo del año 2014 y 2015 lidera el sector empresarial en el país ocupando la primera posición entre las primeras 1000 empresas, con un margen de ingresos de 1.868,90 millones de dólares anuales, ganancias de 142,73 millones y 9 197 plazas de empleo directo.

Pablo Dávila, presidente de la Cámara de Industrias y Producción reconoce que en el Ecuador se ha generado una nueva dinámica en el sector manufacturero, destacando que el desarrollo empresarial más importante es el que es sostenido. Dentro del segmento, las áreas que han tenido un impulso son la producción de alimentos y artículos de higiene, limpieza y cuidado personal.

El último censo económico realizado por el INEC en el año 2010, reveló que existen aproximadamente 511.130 establecimientos que contaban con 2'056.504 personas ocupadas. De los establecimientos censados el 94,90% son pertenecientes a personas naturales y el 5,10% son personas jurídicas (Vanessa Brito, 2012 Ranking Gestión). Mientras que para el 2012 el INEC identifica que en relación a los resultados obtenidos en el último censo, existe un crecimiento del 38% de empresas, llegando a la cantidad de 704.556 establecimientos, de los cuales la mayor concentración se identifica en provincias como Pichincha con el 21,5%, Guayas 19,21%, Manabí con 9,68%, Azuay con el 5.29% y El Oro con el 5,05%.

Los resultados que emite el INEC permitieron identificar que la microempresa representa en número la mayor cantidad de establecimientos con el 95,4% en relación al 0,2% figurado por la gran empresa, en donde el mayor aporte al empleo lo hacen sin duda las Mipymes con el 75%, pero en cuanto a ingresos por ventas la gran empresa presenta el mayor porcentaje con el 37% pese a que en cantidad y generación de empleo presenta menores porcentajes a la micro, pequeña y mediana empresa, como se puede evidenciar en la Tabla No. 03.

³ Es una empresa ecuatoriana de servicios y comercio con sede en la ciudad de Quito, Ecuador. Se encuentra entre las tres empresas más grandes del país. Su concepto de negocio es principalmente las tiendas de autoservicio en las que se ofrecen alimentos, productos de primera necesidad y otros. Dentro de su portafolio también maneja empresas dirigidas a varios segmentos con alto volumen de ventas. Debido a la diversidad de servicios que ofrece, la Corporación está estructurada en cuatro áreas: Comercial, Industrial, Inmobiliaria y Responsabilidad Social.

Tabla 03 – Composición del sector empresarial: participación y empleabilidad.

Clasificación	Porcentajes		
	Composición	Generación/Empleo	Ingresos/Ventas
Microempresa	95.4%	44%	24%
Pequeña Empresa	3.8%	17%	21%
Mediana Empresa	0.6%	14%	18%
Gran Empresa	0.2%	25%	37%

Fuente: Censo Nacional Económico – CENEC-2010 INEC

Elaboración propia

Profundizando en el tema de empleabilidad, según datos del INEC para marzo del 2015 del total de la población ecuatoriana el 69,20% está en edad de trabajar, de donde el 65,83% pertenecen al segmento de la población económicamente activa de los cuales el 96,16% son personas con empleo. De cada 100 plazas de trabajo 74 son generadas por el sector privado y 26 por el sector público. Los ingresos laborales promedio de un hombre con empleo son de 483,13 USD, mientras que para las mujeres con empleo es de 398,83 USD.

En cuanto a la generación de impuestos, el Ecuador para el 2014 logró una recaudación de 13.600 millones USD, cantidad que en más del 50% la generó la gran empresa; cifra que supera a la recaudada para el 2013, año en el que el SRI alcanzó la cifra de 12'758 millones USD, 13% más que en el 2012 (1'500 millones), aporte a la economía ecuatoriana que representa aproximadamente 3 veces los ingresos petroleros netos, que según datos del Banco Central del Ecuador para enero-febrero del 2016 las exportaciones no petroleras alcanzaron los 1'799,8 millones de USD, mientras que las exportaciones por concepto de petróleo llegaron a 542,7 millones de USD. En el siguiente gráfico se representa porcentualmente a los sectores que aportaron a la recaudación del impuesto a la renta para ese año.

Gráfico 01 – Sectores que generaron mayor recaudación de impuestos en el 2013



Fuente: Diario el Universo, 8 de enero del 2014.

De estos resultados se concluye que son varios los factores que han influido en el crecimiento del emprendimiento, entre ellos el informe del SRI resalta: la estabilidad económica, la dolarización, la liquidez del mercado y el mayor consumo de bienes y servicios. Otro dato de relevancia para el 2014 lo proporciona la Superintendencia de Compañías que vigilaba a 62 mil empresas activas y alrededor de 16 mil inactivas, dato que para julio del 2015 ha tenido una variación presentando un incremento de las empresas activas a 67 mil, y una reducción de las empresas inactivas a prácticamente la mitad.

Dentro de los aspectos negativos que afrontan los emprendimientos ecuatorianos, está la falta de apoyo financiero, que ha sido el factor que generó mayores limitaciones en los negocios, pese a los programas tanto de la banca pública como privada, esto debido a la dificultad que presentaron las nacientes y pequeñas empresas de acceder a créditos por el exceso de requisitos y garantías solicitadas.

Por parte del sector público, en años anteriores el estado a través del Banco Nacional de Fomento (BFN), otorgó microcréditos y créditos 5 5 5 (a 5 años, con 5% de interés de hasta \$ 5 mil USD), por más de \$ 280 millones en 2012, más del doble que en 2011 (122 millones) y un 250% más que en 2010 (cerca de \$ 80 millones), según cifras del Sistema Nacional de Información (SNI), mientras que para el 2014 esta institución financiera otorgó créditos por más de \$460 millones representando un incremento del 165% más que el año 2012.

Uno de los aspectos que desacelera la generación de emprendimientos es el relacionado con los trámites que una empresa tiene que gestionar para su inicio, situación que el SRI ha tomado como base para la aplicación de un plan piloto desde septiembre del 2014, que consiste en la flexibilización de algunos de estos trámites, logrando desde esa fecha a la actualidad la creación de 2000 compañías sobre todo en Quito y Guayaquil, del sector comercio.

Es necesario aclarar que si bien el número de Mipymes en el total de empresas es muy significativo, su contribución al sector industrial todavía es pequeña. Según datos del INEC y el Ministerio de la Productividad (Mipro), las grandes industrias concentran el 90% de la producción total. Según la actividad, el 19,4% de las industrias se dedica a la rama textil; el 18,38%, a la producción de alimentos, bebidas y tabaco; el 16,32%, a la fabricación de productos metálicos, maquinaria y equipos. En menores proporciones se ubican la elaboración de productos minerales no metálicos y la industria maderera.

A la hora de examinar el panorama de las ventas de las industrias pequeñas y medianas se evidencia que el 6% de ellas se destina a la exportación, participación de la cual el 44% de sus ventas tiene como destino el mercado local o ciudad de origen; el 26% se vende a provincias cercanas; el 16%, a otras provincias; y, el 8%, a provincias fronterizas. Del 6% que se exporta, el 80% va a la Comunidad Andina, Estados Unidos, América Central y Europa. Dentro de ese porcentaje destaca las participaciones de Colombia y de Perú, que representan el 32,3% del mercado, según datos del Mipro, cartera de estado que junto a la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso) señalan que históricamente las grandes empresas exportadoras han sido fundamentales en los negocios internacionales, pero en la última década el panorama es alentador para las Mipymes que han ido ganando espacio con una “tendencia que va creciendo”.

La investigación subraya la importancia de las Mipymes en los procesos de internacionalización considerando “su capacidad de generar empleo, de innovar, contribuir a la mejor distribución de ingresos, fomentar el emprendimiento y generar más competencia en una economía”.

En el Ecuador iniciativas públicas y privadas buscan impulsar el emprendimiento con una variedad de programas. El gobierno a través del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Productividad mantiene los programas Crecuador, Emprendecuador, Innovaecuador. El Ministerio Coordinador de Patrimonio y el Ministerio de Cultura promovieron durante 2012, la II Ronda Concursable Emprende Patrimonio para 50 emprendimientos productivos que provenían de red de ciudades patrimoniales. Desde el Ministerio de Comercio Exterior y Movilidad Humana se fomenta el Fondo Concursable El Cucayo, para financiar proyectos de migrantes ecuatorianos que quieran volver al país. El Gobierno también promueve un programa

emprendedor para mujeres que reciben el Bono de Desarrollo Humano y que quieran crear negocios y le está apostando a la iniciativa BanEcuador que “será el nuevo modelo de banca de desarrollo rural y productivo, a través del cual el Estado se involucrará más con los campesinos, con créditos oportunos y de más financiamiento”.

En el sector privado se destacan proyectos como ‘Siembra Futuro’ de la Cervecería Nacional, ‘Emprendefé’ (Fundación Crisfé, Banco Pichincha y Credifé) y de organizaciones sin fines de lucro como FirstTuesday Ecuador, StartupsVentures, IDEA Network Ecuador y GYE TECH (emprendimiento tecnológico), entre los más representativos.

Para el 2016 en el Ecuador los vientos llegan con turbulencia, ante la caída del precio del petróleo, que según proyecciones del Banco Mundial para el 2016 se estima a un precio de 37 USD el barril, la apreciación del dólar, el fenómeno climático del niño y el terremoto del 16 de abril que le costaría al país 3 mil millones de dólares la reconstrucción, son condiciones que según los expertos inciden en la desaceleración de la economía, que para el Banco Mundial esto significaría un decrecimiento del 2% para el presente año.

Efectos negativos que marcan su incidencia en las fuerzas productivas, reflejando una tendencia paulatina al incremento de los índices de desempleo nacional que según datos del INEC para marzo del 2016 fue del 5,7% frente al 3,8% del 2015.

Ante este panorama poco alentador para la economía nacional, es competencia del gobierno forjar y flexibilizar políticas que aporten a la dinamización del sector empresarial, fomentando la generación de nuevas empresas y el fortalecimiento de las ya existentes, escenario que ante las actuales condiciones sería una oportunidad para aquellas personas que buscan por cuenta propia solucionar su condición de empleo, orientando sus potencialidades al tan anhelado cambio de la matriz productiva, demostrando una vez más la capacidad de los ecuatorianos, para hacer frente a las más duras adversidades.

BIBLIOGRAFIA

Arosemena, G (1992): "El Comercio Exterior del Ecuador. Periodo Colonial: La Audiencia de Quito". Volumen I, Ecuador.

Arosemena, G (1992): "El Comercio Exterior del Ecuador. Periodo Republicano, 1821 - 1920". Volumen II, Ecuador.

Arosemena, G (1993): "El Comercio Exterior del Ecuador. Periodo Contemporáneo, 1921 - 1990". Volumen III, Ecuador.

Asamblea Nacional del Ecuador, "La inversión en investigación y desarrollo, prioridad en proyecto de Código Ingenios", 12 de octubre del 2015, elaborado por sala de prensa.

Audretsch, D Carre, M y Thurik, A (2002): "Does Entrepreneurship reduce unemployment? Tinbergen Intitute Discussion Paper.Disponible en <http://www.tinbergen.nl/discussionpapers/01074.pdf>

Audretsch, D Carre, M y Thurik, A (2002): "Does Entrepreneurship reduce unemployment". Tinbergen Institute Discussion Paper. Disponible en <http://www.tinbergen.nl/discussionpapers/01074.pdf>

Berger, P y Luckman, T (1984): "La construcción social de la realidad". Amorrortu. Buenos Aires. Capítulo II. Pag.164-185.

Burnett, D (2000): "The Supply of Entrepreneurship and Economic Development". Founder Technopreneurial.com. Recuperado de www.technopreneurial.com/articles/ed.asp.

Casaburi, G. y Angelelli, P. (2001): "Estrategias de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas". Editorial Eudeba – PNUD. Pág. 89-95.

Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM) 2001. Microempresas: características estructurales y políticas para su desarrollo. Coyuntura económica de la ciudad de Buenos Aires Nro. 4.

Diario "El Universo", 24 de mayo del 2015, Vicepresidente Jorge Glas: El cambio de la matriz productiva va tomando forma.

Diario "Hoy", sección Economía, pag. 1, miércoles 27 de agosto del 2014

Duran D. y Lukez B. (2003): "Los Microemprendimientos Productivos: Del Desempleo a la Ocupación". Recuperado de <http://www.ecoportal.net/articulos/microemp.htm>

Figueroa, V y Sánchez, R (2004) "UCLV y MES. Marxismo y Economía Política de la transición socialista en la periferia del capitalismo en la época contemporánea".

Global Entrepreneurship Monitor (2013): "Informe actividad emprendedora en Ecuador 2012". Escuela Superior Politécnica del Litoral. ISSN No. 13903047

Global Entrepreneurship Monitor (2014): "Informe actividad emprendedora en Ecuador 2013". Escuela Superior Politécnica del Litoral. ISSN No. 13903047

Global Entrepreneurship Monitor (2015): "Informe actividad emprendedora en Ecuador 2014". Escuela Superior Politécnica del Litoral. ISSN No. 13903047

Hurtado, O (1981): "El poder político en el Ecuador". Editorial Planeta Ariel, quinta edición, Quito Ecuador.

Líderes (2015): "En el Ecuador, la economía se sostiene en seis sectores". Lectura 21698.

Nikitin, P.: "Economía Política".

Noriega, S (2000): "Análisis Económico y Laboral del Sector Comercio". Editorial Limusa, primera edición, México.

Publicado de forma conjunta por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual , la Universidad Cornell, el INSEAD y sus asociados expertos colaboradores en la edición de 2015 del Índice Mundial de Innovación, la Confederación de la Industria India (CII), du y A.T. Kearney e IMP³rove – European Innovación Management Academy.

Sevilla, A. (2015): "Categorías Actualidad, Empresas, Ranking Etiquetas: economía global, ranking, top empresas". 2015 Economipedia. Recuperado de <http://economipedia.com/ranking/empresas-mas-grandes-del-mundo-2015.html>

<http://antropologia-online.blogspot.com/2012/08/cultura-iberica.html#sthash.RTqQS6ul.dpuf>

http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/estados/libros/sinaloa/html/sec_72.html

<http://ideaemprende.wordpress.com/2013/02/13/emprender-por-necesidad-vs-emprender-por-oportunidad/>

www.ecuadorencifras.gob.ec

www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2012/ddoi.html

www.historyworld.net/

www.portalplanetasedna.com.ar/historia_latina.htm

www.soloeconomia.com/comercio/historia.html

014. UN ANÁLISIS ACERCA DE SOLUCIONES ENERGÉTICAS ALTERNATIVAS Y RENOVABLES A FAVOR DEL PEQUEÑO Y MEDIANO EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN EL ECUADOR

Autor:

Ing. David Fernando Ramos Tomalá, MAE

Profesor Ingeniero de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad de Guayaquil

Gestor de Acreditación de la Carrera en Sistemas de Información

stripio@hotmail.com

david.ramost@ug.edu.ec

Resumen

Este trabajo analiza las implicaciones que tendrían para las Pymes¹ ecuatorianas el uso de energía alternativa solar, eólica y geotérmica como fuentes sustitutas o de apoyo a los requerimientos energéticos diarios, desde un punto de vista económico aunque sin desdeñar el impacto benéfico en el ecosistema de las comunidades. Se da un vistazo a los incentivos económicos que pueden gozar los pequeños y medianos empresarios en las cuentas eléctricas, o a manera de subsidios o disminución de cargas impositivas, al utilizar instalaciones de energía renovable y auto sustentable para el suministro eléctrico o térmico. Se revisa la actual tecnología renovable de paneles solares, turbinas eólicas y captadores geotérmicos con el objetivo de una aplicación futura en las Pymes. Se sopesan costos, capacidades a instalarse, ubicación geográfica, clima y facilidades de implementación de las energías renovables en las Pymes para reducir costos de producción y aumentar beneficios. Finalmente se eligen las zonas geográficas óptimas de las Pymes ecuatorianas para las instalaciones solares, eólicas y geotérmicas.

Palabras claves: Energía Renovable; Desarrollo Energético; Energía Solar; Energía Eólica; Energía Geotérmica.

1. INTRODUCCIÓN

Desde el 2011 en América Latina se han implementado reformas energéticas para dar lugar a un desarrollo exponencial de las energías renovables sostenibles (CleanEnergyBrief, 2016). El 2011, según (Deutsche Welle, 2012), en Nicaragua se destinaron cerca de USD 211 millones a los sectores de energía eólica y geotérmica;

¹ Pequeñas y Medianas Empresas.

mientras en Panamá, un mercado liberalizado de energía atrajo inversiones a ese sector por un monto de USD 1,080 millones.

*Green Tech Media (GMT)*² señala que América Latina fue la región que mostró un mayor crecimiento de energía solar en 2014, generando 625 megavatios, lo que equivale a un crecimiento de 370% en relación al año anterior (Lacey, 2016).

En Ecuador, el Gobierno Nacional apoya la inversión productiva privada inteligente que promueva la innovación tecnológica. Los inversionistas poseen incentivos establecidos en el **Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones**, como deducción del 100% adicional para el cálculo del impuesto a la renta de la depreciación de maquinaria que se utilice para producción más limpia y para la implementación de sistemas de energías renovables (por ejemplo: solar, eólica, geotérmica) o la mitigación del impacto ambiental, así como incentivos a pequeñas y medianas empresas como la deducción adicional del 100% de los gastos incurridos para el cálculo del impuesto a la renta, y capacitación técnica, investigación e innovación (PROECUADOR, 2016).

Estas inversiones son importantes para el medio ambiente y la economía de Ecuador, pues pueden reducir la dependencia del petróleo, una fuente de energía finita y sujeta a constantes subidas y bajadas de precio, además del conocido impacto ambiental.

1.1 Objetivos

- Usar energía solar, eólica y geotérmica en Pymes.
- Cambiar combustibles fósiles por energía renovable.

2. DESARROLLO

El estudio comienza con las herramientas disponibles en lo que se refiere a experiencia e investigación preliminar y los últimos avances tecnológicos en energía renovable, sobre todo en países con condiciones similares a las de Ecuador.

2.1 Metodología

Se utilizó el método científico del tipo hipotético-deductivo:

- Observación: Ecuador posee recursos en energía solar, eólica y geotérmica.
- Hipótesis: Ecuador puede liderar la región en uso de energía renovable.
- Deducción: Las Pymes pueden utilizar energía solar, eólica y geotérmica en sus actividades.
- Verificación: Países de América Latina están invirtiendo en energía renovable.

Ideas no prácticas fueron dejadas de lado pero se buscó lo original y vanguardista. La investigación se centró en energía solar, eólica y geotérmica.

² Firma consultora y de análisis de mercado estadounidense sobre la transformación de la industria global de la electricidad.

2.2 La Situación Actual

El **Reporte de la Situación Mundial de Energías Renovables 2016** del *REN21*³ indica que los países de América Latina y el Caribe siguen siendo líderes mundiales en el despliegue de energías renovables. Este informe anual es la principal referencia mundial sobre el mercado, industria y políticas globales de las energías renovables (REN21, 2016).

América Latina y el Caribe se mantienen a la vanguardia en el uso de procesos competitivos públicos para el desarrollo de proyectos de energía renovable, con licitaciones y subastas exitosas con records de participación. Varios países (entre ellos Brasil, Chile, México y Perú) llevaron a cabo importantes licitaciones en 2015 y principios de 2016, que resultaron en algunos de los precios de compra más bajos del mundo (REN21, 2016). Esto ha sido posible, en parte, a los enormes recursos energéticos renovables de la región.

2.3 El Recurso Solar

Para que los comercios ahorren en el recibo de energía eléctrica, se deberían implementar programas de apoyo que brinden, al menos, el 50 % de descuento en la instalación de equipos de energía renovable (SanDiegoRed, 2016). Programas tales, como acerca de paneles solares dirigidos a pequeñas y medianas empresas, ya han sido dados en locaciones económica y climáticamente similares a las ecuatorianas, como por ejemplo en el estado de Baja California, en México⁴, donde las autoridades locales realizaron talleres informativos enfocados en emprendedores y empresarios interesados en reducir los costos de electricidad del negocio por medio del uso de energía renovable; en este caso, del tipo solar (SanDiegoRed, 2016).

Además, como se muestra en la tabla 1 con datos extraídos exclusivamente de Guayaquil, al ser Ecuador un país ubicado en la mitad del mundo, la cantidad de energía solar (Insolación) que recibe todos los meses del año (medida en $W \times h/m^2$ o vatios-hora por metro cuadrado) es bastante alta y prácticamente constante; ideal para la instalación de paneles solares.

³ *Renewable Energy Policy Network for the 21st Century* o Red Política de la Energía Renovable para el Siglo 21.

⁴ Estado fronterizo con los estadounidenses de Arizona y California.

Tabla 1. Insolación Global Promedio Mensual en Guayaquil (Año 2010)

MESES	Insolación (W. h/m²)	Humedad Relativa (%)
Enero	2.993,29	77,03
Febrero	3.555,06	84,76
Marzo	4.182,81	81,94
Abril	4.293,67	81,65
Mayo	3.495,00	79,82
Junio	3.235,34	79,45
Julio	3.581,40	78,64
Agosto	4.216,51	78,31
Septiembre	4.249,78	75,52
Octubre	4.551,09	72,72
Noviembre	3.804,62	74,69
Diciembre	3.214,81	76,56
Total	3.781,11	78,43

Fuente: Laboratorio de Fuentes Renovables de Energía ESPOL (Lab. FREE) (Helguero & Fuentes Caicedo, 2012, p.38)

Por otro lado, se deben involucrar los centros de educación superior que imparten carreras en tecnologías energéticas alternativas, para que diseñen seguidores solares de bajo costo, los cuales permitirían al panel solar hacer un movimiento continuo a lo largo del día para colocarse en una mejor posición respecto al sol, ofreciendo así la posibilidad de incrementar la producción de energía sin la necesidad de aumentar el número de paneles solares. La ventaja de este sistema es que resultaría más económico en comparación con los aparatos que se encuentran disponibles actualmente en el mercado, pues representaría aproximadamente un 10% del precio de los seguidores comerciales, sin reducir su efectividad (Conacyt, 2016). El seguimiento sería únicamente azimutal⁵ y se dividiría el movimiento diario del actuador en 10 ó más pasos (de tal forma que los paneles queden siempre en una posición prácticamente perpendicular al sol) en lugar de realizar un movimiento continuo; esto simplificaría el control electrónico. Sería este seguimiento lo que ayudaría a dar un mayor rendimiento al panel solar. El aumento en la cantidad de energía generada debido al uso de seguidores solares sería considerable, de entre 20 a 25% (Conacyt, 2016), por lo cual es recomendable el uso de esta tecnología, especialmente si logra hacerse más accesible, gracias al desarrollo de seguidores de bajo costo por medio de la Academia.

Actualmente, en América Latina, no es tan común utilizar los seguidores solares. En el continente hay industrias que los utilizan, pero es sobre todo en países

⁵ De Este a Oeste.

desarrollados como Estados Unidos y Canadá, donde la radiación solar es distinta y menor a la ecuatoriana (Conacyt, 2016). En Norteamérica se debe aprovechar completamente la captura de radiación solar. Pero en Ecuador, con la implementación de seguidores solares, se tendría más captación de energía.

Existen ejemplos en otros países de compañías dedicadas a la energía solar que están dispuestas a invertir en el mercado de los pequeños negocios puesto que las investigaciones indican un gran potencial. A manera de ejemplo está la empresa estadounidense *SolarCity Corp.* Dicha compañía postula el arrendamiento de paneles solares como manera de multiplicar el uso de energía alternativa entre hogares y pequeñas empresas e industrias familiares, y de esa manera, al mismo tiempo, aumentar el volumen de ganancias. Para *SolarCity*, las Pymes que arriendan paneles solares podrían ser capaces de ahorrar del 5 al 25% de sus actuales planillas eléctricas (Los Angeles Times, 2015). Además, *SolarCity* asegura que el futuro de la energía solar está en los pequeños negocios, puesto que, en la actualidad, menos del 40% de las instalaciones solares comerciales (en Estados Unidos) son de menos de 500 kilovatios (un consumo de energía acorde con el de una Pyme), y menos del 10% de ellas son de menos de 100 kilovatios⁶ (Los Angeles Times, 2015).

Compañías como *SolarCity* se podrían enfocar en el arrendamiento de pequeñas instalaciones solares, desde 30 hasta 500 kilovatios por ejemplo, a Pymes tales como pequeñas tiendas familiares hasta mercados y bodegas de almacenamiento (Los Angeles Times, 2015), las cuales pueden ser atraídas por el incentivo de reducir la cuenta mensual de electricidad y de paso obtener energía eléctrica de manera limpia, reduciendo la dependencia a la red eléctrica local o a la utilización de combustibles fósiles como el gas o el petróleo.

2.4 El Recurso Eólico

Otra ventaja con la que cuenta Ecuador son los vientos, los cuales se pueden aprovechar para generar energía adicional a la solar. Con ayuda de las turbinas eólicas se podría obtener una cantidad de energía eléctrica que, almacenada constantemente, podría solventar una parte de la demanda que exigen las pequeñas y medianas empresas para producir. La tabla 2 da un valor estimado de la velocidad promedio del viento (en m/s) en Guayaquil en los distintos meses.

⁶ Datos del primer trimestre de 2015 en los Estados Unidos.

Tabla 2. Velocidad Promedio del Viento en Guayaquil en los Meses del Año

Meses	Vientos Promedio mensual (m/s)
Enero	6,14
Febrero	6,85
Marzo	5,34
Abril	4,92
Mayo	5,41
Junio	6,23
Julio	7,05
Agosto	8,16
Septiembre	7,09
Octubre	8,67
Noviembre	8,00
Diciembre	7,34

Fuente: Orellana Guayas & Arboleda Abad, 2016

La Velocidad del Viento es un parámetro crítico porque la potencia obtenida varía según el cubo de la velocidad del viento (Helguero & Fuentes Caicedo, 2012). Además, la velocidad cambia de manera directamente proporcional con la altitud sobre el nivel del mar (ideal para la Región Interandina), por la fricción causada por montañas, árboles, edificios y otros objetos. Las turbinas eólicas necesitan una velocidad de viento mínima para empezar a girar y generar energía; para pequeñas turbinas, se necesita 3,5 m/s; en turbinas más grandes se necesita 6 m/s como mínimo (Helguero & Fuentes Caicedo, 2012).

Por otro lado, temperaturas muy bajas (como en la Sierra) producen una densidad del aire más alta. Mayor densidad significa más rapidez de las moléculas en un área de aire dado y más rapidez de las moléculas empujando la pala de la turbina; por lo tanto, produce un mejor rendimiento de la potencia para una velocidad del viento dada (Helguero & Fuentes Caicedo, 2012).

Un sistema de energía eólica puede costar, dependiendo del sitio, de USD 30.000 a 35.000 ya instalado, tomando en cuenta su tamaño y su aplicación. Según la Asociación Americana de Energía Eólica, *American Wind Energy Association*, un sistema para uso doméstico de unos 10 kilovatios costaría aproximadamente USD 32.000, lo cual sería mucho más barato que la opción de considerar un sistema fotovoltaico, que para la misma capacidad costaría unos USD 80.000 (Departamento de Energía, EE.UU., 2007, p.7).

Por regla general, la estimación en costo de un sistema eólico es de unos USD 1.000 a 3.000 por kilovatio (Departamento de Energía, EE.UU., 2007). La energía eólica tiene una mejor relación costo/beneficio entre más grande sea el tamaño del rotor. Aunque las turbinas pequeñas tengan un costo inicial menor, son proporcionalmente más caras. El costo de un sistema eólico residencial que tiene una torre de 25 m de alto, baterías y un inversor, típicamente está en el rango de los USD 13.000 a los 40.000 para turbinas de entre los 3 y los 10 kilovatios (Departamento de Energía, EE.UU., 2007). Aunque los sistemas de energía involucran una inversión inicial significativamente alta, pueden ser competitivos con fuentes convencionales de energía cuando se toman en cuenta factores como el tiempo de vida útil o la reducción en los costos evitados con la compañía eléctrica. El período de retorno de la inversión, es decir el tiempo en que los ahorros se vuelven iguales al costo del sistema tomando en cuenta el costo del dinero en el tiempo, depende de la elección del sistema, el recurso eólico en el sitio, los costos de la electricidad en su área y como se utiliza el sistema de energía eólica. Por ejemplo, para una Pyme que resida en la Costa, que haya recibido un subsidio del 50% en la compra y que cuente con vientos de velocidad promedio anual de 6,5 metros por segundo, el periodo de retorno simple de la inversión sería de poco más de 6 años (Departamento de Energía, EE.UU., 2007).

2.5 El Recurso Geotérmico

Obtener energía de manera geotérmica (aprovechando el calor latente de las profundidades terrestres a través de aberturas naturales y artificiales) es una opción costosa, pero realmente atractiva para América Latina, y especialmente para Ecuador por su orografía⁷. Además, Ecuador puede beneficiarse de los modelos de financiación internacional para este específico sector de la energía renovable (Banco Mundial, 2016).

En un mundo que necesita cada vez más opciones de energía limpia, la geotérmica llama la atención por los beneficios que proporciona cuando se desarrolla adecuadamente. Puede generar electricidad con un menor impacto ambiental y a un menor costo que el requerido por los combustibles fósiles como el petróleo y el carbón (Banco Mundial, 2016). Y por ser una fuente renovable, ayuda a mejorar la seguridad del suministro eléctrico. A pesar de todos estos beneficios, la complejidad y el coste de iniciar las operaciones son grandes. Esto termina causando retrasos o

⁷ Elevaciones que posee un territorio.

interrupciones en los proyectos. Sólo para encontrar y confirmar la disponibilidad de recursos energéticos se tarda de dos a tres años; y luego, toma otros tres a cinco años realizar las perforaciones adicionales con el fin de garantizar el suministro de vapor de agua y la construcción de la planta de energía (Banco Mundial, 2016). El costo inicial de la exploración y la perforación de entre tres y cinco pozos geotérmicos oscila entre USD 20 y 30 millones (Banco Mundial, 2016). Es una suma pequeña en comparación con el costo total de un desarrollo geotérmico, pero difícil de plantear, dado el riesgo de las operaciones (Banco Mundial, 2016).

Es por esto que las organizaciones internacionales tienen un papel importante en el desarrollo de la energía geotérmica, por los recursos financieros y la asistencia técnica que pueden ofrecer, sobre todo a pequeñas economías dependientes del petróleo y otros combustibles fósiles. *ESMAP*⁸, el programa del Banco Mundial, por ejemplo, lidera el **Plan Global de Desarrollo Geotérmico**, el cual busca movilizar nuevos fondos para la primera fase de la inversión, que son los de mayor riesgo. Hasta el momento, el plan ha recaudado USD 235 millones, de los cuales 162,3 millones están destinados a proyectos en América Latina y el Caribe (Banco Mundial, 2016).

Según el estudio **Análisis Comparativo de Estrategias para Mitigar los Riesgos Asociados con los Recursos Geotérmicos** de *ESMAP* (Banco Mundial, 2016), el potencial global de exploración es de entre 70 y 80 gigavatios. Sin embargo, después de más de 100 años, sólo el 15% de las reservas geotérmicas conocidas en todo el mundo son explotadas para la producción de electricidad, y generan apenas 12 gigavatios (Banco Mundial, 2016).

El sector público sigue siendo el mayor inversor en este tipo de energía debido a la percepción de que es más capaz de asumir los riesgos. Más de 3,5 gigavatios de capacidad geotérmica instalada en el mundo corresponde a proyectos desarrollados por los gobiernos (Banco Mundial, 2016). Sin embargo, el sector privado debería involucrarse más, sobre todo en países con un potencial geotérmico importante como Ecuador, para lo que se necesitan mecanismos atractivos de financiamiento para las empresas. Se deberían analizar las experiencias a nivel mundial con la inversión pública, privada y compartida. Ejemplos dignos de ser analizados existen, como la póliza de seguro de recursos geotérmicos (utilizada en Alemania y Francia), o los incentivos fiscales para la industria que aprovecha esta forma de energía, aplicados en México, que ofrecen deducción de impuestos del 100% a las inversiones en energías renovables (Banco Mundial, 2016).

En Ecuador, pequeñas instalaciones geotérmicas podrían ser construidas en casas, edificios, negocios o empresas a fin de aprovechar el calor del subsuelo para climatizar y obtener agua caliente sanitaria de forma ecológica. La climatización geotérmica cede o extrae calor de la tierra, según se desee obtener refrigeración o calefacción, a través de un conjunto de colectores enterrados en el subsuelo por las

⁸ *Energy Sector Management Assistance Program* o Programa de Asistencia para la Gestión del Sector de la Energía.

que circula una solución de agua con glicol⁹. La climatización geotérmica funciona de la siguiente manera:

- Para refrigerar una instalación en clima caluroso, el sistema geotérmico transmite el calor excedente del interior de la edificación al subsuelo (Energía Geotérmica, s.f).
- En clima frío, el equipo geotérmico permite calentar el lugar con el proceso inverso: extrayendo calor del suelo para transmitirlo a la edificación por medio de los colectores (Energía Geotérmica, s.f).

En general, un equipo simple de climatización geotérmica cuenta con:

1. Una bomba de calor¹⁰. Gracias a su avanzada tecnología, realiza el aprovechamiento energético de la tierra.
2. Un intercambiador introducido en el subsuelo: este dispositivo está formado por un conjunto de colectores de polietileno¹¹ de alta resistencia y gran duración, enterrados en el suelo, por los que circula la solución de agua con glicol.
3. Una bomba hidráulica: bombea la solución de agua con glicol que fluye por los colectores.

La energía geotérmica se podría utilizar tanto en edificaciones con grandes requerimientos energéticos (como hospitales, edificios de oficinas, bloques de viviendas, hoteles, etc.) así como para construcciones con menos consumo de energía, como pueden ser las viviendas unifamiliares, casas de campo y chalets. Asimismo, la geotermia se podría implantar incluso en edificios ya construidos (Energía Geotérmica, s.f). El costo por excavar en lugares a construir un pozo geotérmico podría ser una gran desventaja para la implementación de este tipo de energía. Sin embargo, una sinergia del Estado junto con la empresa privada (y hasta cooperativas y sindicatos de pequeños y medianos empresarios) podría lograr que a mediano y largo plazo todos esos costos terminen convirtiéndose en inversiones que mejorarán la calidad de vida de las personas y vuelvan más atractivos los pequeños emprendimientos empresariales.

Existe más de una manera de obtener energía eléctrica de manera geotérmica para uso casero e industrial. Inclusive, la energía geotérmica puede ser utilizada en procesos distintos a la generación eléctrica, como el secado y calentamiento de productos y todo proceso que necesite climatización. Las Pymes utilizarían 2 maneras para captar energía geotérmica:

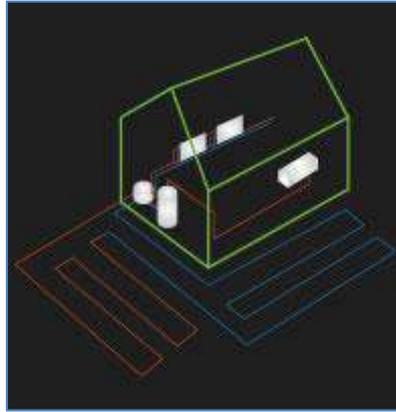
1. Captador Horizontal:

Figura 1. Captador Geotérmico Horizontal

⁹ El glicol es un anticongelante que se adiciona al agua para que ésta baje su punto de congelación, así el agua de circulación ya no se congela con temperaturas debajo de 0° C.

¹⁰ Máquina frigorífica que toma calor de un espacio frío y lo transfiere a otro más caliente gracias a un trabajo aportado desde el exterior.

¹¹ Uno de los plásticos más comunes debido a su bajo precio y simplicidad en su fabricación.

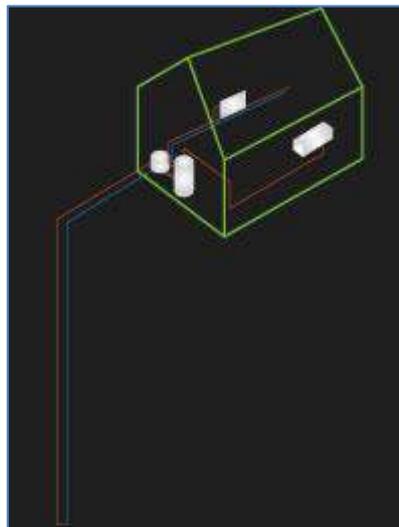


Fuente: Energía Geotérmica, s.f

En la figura 1 se puede visualizar este tipo de captador. Se compone de uno o varios circuitos compuestos de un colector de polietileno de alta densidad y enterrado en el jardín a una profundidad de hasta 1,5 m. Este colector encierra en su interior la solución de agua con glicol: apto y compatible con la naturaleza y también respetuoso con la capa de ozono (sin freón) ya que no emite gases de efecto invernadero (Energía Geotérmica, s.f).

2. Captador Vertical Cerrado:

Figura 2. Captador Geotérmico Vertical Cerrado



Fuente: Energía Geotérmica, s.f

En la figura 2 se observa la manera de captación geotérmica más recomendable (pero menos económica) (Energía Geotérmica, s.f) ya que entre los primeros 10 a 20 metros de profundidad la temperatura permanece constante durante todo el año, rondando entre los 10°C y 15°C , y por cada 100 metros de profundidad la temperatura aumenta 3 grados centígrados según el gradiente geotérmico. Al igual que las sondas horizontales, está formada por un circuito cerrado por el que circula

la solución de agua con glicol desde el pozo a la bomba de calor y viceversa de manera continua (Energía Geotérmica, s.f).

3. Resultados

- La energía renovable del tipo **solar** es la ideal para hogares y Pymes ubicados en zonas de alta incidencia solar, como la región litoral, insular, el oriente y los valles altos de la serranía.
- La energía renovable del tipo **eólica** es la ideal para hogares y Pymes ubicados en zonas donde existe una velocidad del viento mayor, como a orillas del Océano Pacífico en toda la franja costera, en las islas y en las alturas de la región interandina.
- La energía renovable del tipo **geotérmica** es la ideal para hogares y Pymes ubicados en zonas cercanas a volcanes y fuentes subterráneas de agua caliente, como en las islas Galápagos y en toda la sierra.

CONCLUSIONES

- La energía renovable es el futuro de Ecuador y el mundo. Ecuador debe aprovechar el suministro energético recibido en rayos solares, vientos y fuentes térmicas subterráneas.
- El estado está en la obligación de suministrar los medios necesarios a hogares y Pymes para fomentar el desarrollo dentro del mercado financiero y laboral, de tal manera que este desarrollo sea sustentable en el tiempo, genere valor agregado y produzca riqueza al eliminar acciones improductivas. El estímulo estatal a favor de la utilización de energía renovable se lo debe implementar por razones ecológicas y para aprovechar la ventaja competitiva en relación a las empresas de otros países gracias a la geografía ecuatoriana.
- Ecuador debe desarrollarse en energías renovables para eliminar su dependencia del petróleo. Países en el mundo con reservas petroleras han comenzado a perfeccionarse en otras industrias para el momento del declive de la era petrolera. Ecuador debe encaminarse hacia la próxima etapa de desarrollo económico, el post petrolero. El país posee recursos energéticos abundantes de fuentes renovables con el potencial de convertirse, a mediano y largo plazo, en líder regional en generación de energía renovable.

BIBLIOGRAFÍA

- Banco Mundial. (16 de Agosto de 2016). *Energía geotérmica: una opción costosa, pero atractiva para América Latina*. Recuperado el 19 de Agosto de 2016, de <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2016/08/16/energia-geotermica-america-latina-ventajas-retos>
- CleanEnergyBrief. (4 de Agosto de 2016). *ENERGÍA LIMPIA XXI*. Recuperado el 18 de Agosto de 2016, de Energía solar en América Latina rompe récord: <https://energialimpiaparatodos.com/2016/08/04/avances-renovables/>
- Conacyt. (5 de Agosto de 2016). *Fabrican seguidor solar de bajo costo*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de Tomás Dávalos: <http://www.conacytprensa.mx/index.php/tecnologia/energia/9390-fabrican-seguidor-solar-de-bajo-costo>
- Departamento de Energía, EE.UU. (Septiembre de 2007). *Sistemas Eólicos Pequeños para Generación de Electricidad*. Recuperado el 19 de Agosto de 2016, de http://apps2.eere.energy.gov/wind/windexchange/pdfs/small_wind/small_wind_guide_spanish.pdf
- Deutsche Welle. (4 de Abril de 2012). *Energías renovables en América Latina: ¿una cuestión de incentivos?* Recuperado el Primero de Septiembre de 2016, de Pablo Kummetz: <http://www.dw.com/es/energ%C3%ADas-renovables-en-am%C3%A9rica-latina-una-cuesti%C3%B3n-de-incentivos/a-15859232>
- Energía Geotérmica. (s.f.). *QUÉ ES Y CÓMO FUNCIONA LA ENERGÍA GEOTÉRMICA*:. Recuperado el 24 de Agosto de 2016, de <http://energiageotermica.es/energeo.html>
- Helguero, M., & Fuentes Caicedo, B. F. (2012). *Diseño y Simulación en Software de Mecanismo de Posicionamiento Angular de Doble Ejes para Aumentar la Captación de Energía Solar Sobre Paneles Fotovoltaicos*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL Facultad de Ingeniería en Mecánica y Ciencias de la Producción (FIMCP).
- Lacey, S. (27 de Junio de 2016). *Understanding the Ups and Downs of Latin America's Solar Market*. Recuperado el 16 de Agosto de 2016, de <http://www.greentechmedia.com/squared/read/understanding-the-ups-and-downs-of-latin-americas-solar-market>
- Los Angeles Times. (28 de Julio de 2015). *SolarCity launches plan to bring solar power to small and midsize firms*. Recuperado el 15 de Agosto de 2016, de Ivan Penn: <http://www.latimes.com/business/la-fi-solarcity-20150728-story.html>

- Orellana Guayas, M. E., & Arboleda Abad, J. L. (Primero de Agosto de 2016). *Energía eólica como alternativa energética en El Ecuador*. Recuperado el 15 de Agosto de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos109/estado-del-arte-energia-eolica-como-alternativa-energetica-ecuador/estado-del-arte-energia-eolica-como-alternativa-energetica-ecuador.shtml>
- PROEcuador. (2016). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Recuperado el 15 de Agosto de 2016, de Reglas e incentivos para la inversión: <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/porque-invertir-en-ecuador/reglas-claras-e-incentivos-para-la-inversion/>
- REN21. (2016). *Renewable Energy Network for the 21st Century*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de Energías Renovables 2016 Reporte de la Situación Mundial: http://www.ren21.net/wp-content/uploads/2016/06/GSR_2016_KeyFindings_SPANISH.pdf
- SanDiegoRed. (31 de Julio de 2016). *Paneles solares, la alternativa para el ahorro de electricidad en los comercios de BC*. Recuperado el 16 de Agosto de 2016, de Redacción Tecnología: <http://www.sandiegored.com/noticias/76965/Paneles-solares-la-alternativa-para-el-ahorro-de-electricidad-en-los-comercios-de-BC/>

015. EL SISTEMA DE INCUBACIÓN DE EMPRESAS DESDE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO, UN PROBLEMA A RESOLVER.

Autores:

PhD. Jhon Alejandro Boza Valle
MSc. Laura Tachong Alencastro
MSc. Emma Mendoza Vargas
Ec. Galo Macías España
MSc. Diana Cadena Briones
MSc. Harold Escobar Terán
MSc. Oscar Moncayo Carreño

RESUMEN.

Las Universidades acogen a los jóvenes estudiantes con distintas habilidades y destrezas, ofreciendo una serie de opciones que permite a cada uno de ellos llevar a cabo sus estudios orientándolos en función de sus potencialidades futuras.

Sin embargo, el medio laboral del entorno es cada vez más reducido, en términos generales se puede decir que no todos los estudiantes universitarios tendrían un puesto laboral asegurado al terminar sus estudios de tercer nivel. Esto resulta un gran desafío para los gobiernos y estructuras estatales, que deben dar respuesta en el corto plazo. Por otro lado, las autoridades universitarias tendrían que participar en las actividades en la búsqueda de alternativas para corregir este fenómeno social en el que se está inmerso.

Es así que, la trilogía universidad – empresa – estado, permanentemente están en la búsqueda de alternativas de solución, en las que estos actores están involucrados. A lo anterior, se suma el tema de la tecnología que en los actuales momentos y en especial en épocas en las que vivimos en un mundo globalizado, con un gran desarrollo en temas de la comunicación y de apertura de comercio donde las máquinas siempre intentan reemplazar al hombre, situación que desdice toda una concepción de desarrollo y de crecimiento, puesto que esto se logra cuando va de la mano al crecimiento y mejoramiento de vida de los ciudadanos.

1. INTRODUCCIÓN

En términos económicos desde los clásicos hasta los post modernistas han intentado permanentemente explicar el desarrollo económico y enfrentar los desequilibrios sociales y económicos, donde también en la actualidad se debe incluir la tecnología que hace que la competencia a todo nivel se vea afectada.

Los policy makers (encargados de la economía del país) quienes manifestaron del desarrollo que se busca tanto en lo económico como social, frente a una realidad regional y nacional, buscando el engrandecimiento de la parte productiva en todo sentido, esto se basa en fuentes de desarrollo que va desde lo familiar a fin de generar o mejorar los espectros sociales y de país, para esto se debe buscar mecanismos de estados que potencien la empresa, tal es el caso que al interior de las universidades se debe buscar opciones que den respuestas a las necesidades de la sociedad y de los futuros profesionales a fin de que potencialicen medios laborales desde su propia experiencia impulsados por organismos públicos en pro de una mejorada instancia social.

Los problemas encontrados en el contexto de la ciencia, tecnología y sociedad en el contexto de los emprendimientos desde la Universidad, los autores identifican los declarados en este documento.

Este trabajo intentará dar respuesta al siguiente objetivo planteado, valorar las experiencias de las incubadoras de empresas en los centros universitarios estatales a través de las experiencias que permitan una mayor formación y preparación a los egresados, se procede a realizar una la lectura de la situación científica tecnológica de los centros de estudios universitarios estatales, a través de las experiencias universitarias en los sistemas de emprendimientos.

2. MATERIALES Y MÉTODOS.

La presente investigación es de tipo descriptivo, bibliográfico documental, revisa experiencias a nivel de incubación desde la universidad, reflejando la triada estratégica (universidad – estado – sociedad).

Para dar respuesta y cumplir con el objetivo planteado el trabajo se estructura en los siguientes apartados:

- a) Identificar la ciencia como fenómeno social. Una aproximación a los problemas actuales del desarrollo.
- b) Caracterizar las experiencias de las incubadoras de empresas en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en el proceso de formación de los egresados.
- c) Las acciones desarrolladas por las universidades estatales en función de los emprendimientos, caso Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

3. DESARROLLO

1. Identificar la ciencia como fenómeno social. Una aproximación a los problemas actuales del desarrollo

Para el análisis de las principales consecuencias sociales, del inadecuado manejo de los emprendimientos sociales (micro y pequeños negocios) de los egresados de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo en adelante UTEQ, y sus impactos

económicos en la población y de su entorno, se considera necesario un análisis conceptual sobre los términos pertinentes a los Problemas Sociales de la Ciencia y la Tecnología en el presente trabajo, así como la relación Ciencia –Tecnología -Sociedad. La concepción marxista – leninista de Ciencia, atribuye importantes rasgos que la caracterizan como fenómeno social de una alta complejidad; ella, al mismo tiempo que fenómeno espiritual por ser forma de la conciencia social, es fenómeno material por convertirse en fuerza productiva directa; de forma tal que es el punto de partida en todo análisis lo constituye el hecho de que son las exigencias sociales las que determinan que a través de diversos medios se mejore la situación social.

En cuanto al conocimiento humano cuenta con un alto grado de especialización y a la vez de integración como proceso complementario, en formación de equipos interdisciplinarios con tareas precisas y ello exige que la ciencia sea considerada como proceso de trabajo y actividad especializada.

La ciencia es caracterizada por el **conocimiento científico** como parte del proceso de trabajo social global. La ciencia como fuerza productiva directa.

Los problemas de la ciencia no pueden ser vistos aislados de los contextos económicos, políticos, sociales y culturales; Las incubadoras de empresas constituyen en la presente, el motor que posibilita la mejora de condiciones de vida al profesional de que el conocimiento científico no puede desvincularse de la acción humana, ni de los contextos socioculturales, a través de proyectos de emprendimientos, (Boza, J, 2015).

Al respecto J. Núñez Jover declara “Muy delicada es la situación creada (..), la búsqueda de ganancias fomenta el uso excesivo (...), incluso con efectos secundarios indeseados. La ciencia no está organizada de modo que los imperativos morales puedan introducir con facilidad consideraciones de equidad. Es el mercado y las exigencias imperiales de dominación y no el bienestar humano, los que guían el grueso de las inversiones en ciencia y tecnología.” (Núñez, J; Macías, M. 2007: 9).

De tal forma que se definen los conceptos que sistematizan el trabajo:

Sociedad: Conjunto de personas que conforman un cuerpo o sistema social, sometidos a determinadas reglas y leyes comunes para una mutua actuación. (Diccionario de la lengua Española)

“Sin embargo, la sociedad humana es una formación más compleja, nace de la interacción de los hombres y la naturaleza, de los unos con los otros. La actividad y las relaciones del hombre constituyen la realidad social de la que se parte para conocer la sociedad “. (Kelle V., Kovalzon M., 1977: 23)

A juicio del autor, es un contexto es una situación que se presenta como problemática, entre el estado real actual y la situación deseada, en especial de la economía popular y solidaria en todo su contexto, (Boza, J. 2015). En este sentido se puede definir los problemas sociales como:

La ciencia se describe des los siguientes aspectos importantes que se deben reconocer:

- **Descriptiva:** Superado en la edad antigua, algunos autores justifican su surgimiento en este período.
- **Predictiva,** permite pronosticar situaciones.
- **Explicativa,** no solo es la contemplación de las particularidades externas de los fenómenos.
- **Verificable y repetible,** se refiere al resultado casual. La ciencia debe estar al servicio de las personas.

“como el fenómeno aquel que tiene diferentes manifestaciones y que ha sufrido transformaciones profundas en su devenir y producto de los cambios en su posición social al punto que autores como Bernal, 1954 consideraban que “(...) no podría establecerse una definición de ella”. (Núñez, J. 2007: 16)

En cuanto al enfoque de la Tecnología. De acuerdo a E. Agazzi manifiesta: “La técnica se refiere al hacer eficaz, reglas, procedimientos que permiten alcanzar de manera correcta y precisa el cumplimiento de ciertos objetivos prácticos cuyo fin es la utilidad. Con características similares al de la ciencia ha experimentado profundas transformaciones durante su evolución, la técnica como cualquier otra ciencia ha tenido un proceso de desarrollo con diferentes manifestaciones, que en definitiva ha dado lugar al surgimiento de la tecnología, la tecnología es una expresión de un nivel de desarrollo de la técnica en base a la ciencia”. Agazzi, E. (1996: 33)

De acuerdo a A. Pacey, “la tecnología es un sistema de conocimientos de naturaleza diferente asociada a la ciencia, permiten describir la problemática, formular las posibles soluciones y la aplicación teorías científicas orientadas a la resolución de los problemas prácticos de la técnica, también la definición puede ser ampliada al estudio de los sistemas productivos de la industria, herramientas, la estructura organizacional, actividad económica, consumidores, aspectos culturales etc, estos son procesos de la creación y desarrollo del conocimiento e innovación tecnológica”. Pacey, A (1990: 41)

Para A. Lage, en su artículo Ciencia y Soberanía: Los Retos y las Oportunidades “Las funciones de la investigación científica en la economía del siglo XXI han sido tan debatidas en la literatura reciente que su reiteración aquí nos llevaría a demasiados lugares comunes. El sistema económico de hoy está caracterizado por la globalización de los procesos productivos, comerciales y financieros, la disminución del componente materia prima en los costos, la necesidad de fuerza de trabajo cada vez más calificada, el incremento de los costos de investigación-desarrollo como costos fijos de las empresas, la contracción del tiempo de obsolescencia de los productos y tecnologías, el incremento en el comercio de bienes intangibles, y el reforzamiento de la protección de la propiedad intelectual, (Boza, J. Manjarrez, N. 2016). En tal contexto, la competitividad se hace función de la velocidad de los procesos y ésta a su vez es función de la innovación”. Lage, A. (2003:2).

2. Caracterizar las experiencias de las incubadoras de empresas en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en el proceso de formación de los egresados

La Economía Popular Solidaria (EPS) es el conjunto de recursos, capacidades y actividades, y de instituciones que reglan, según principios de solidaridad, la apropiación y disposición de esos recursos en la realización de actividades de producción, distribución, circulación, financiamiento y consumo organizadas por los trabajadores y sus familias, mediante formas comunitarias o asociativas autogestionarias, (Boza J. Manjarrez, N. 2015).

La EPS, entrecruzamiento tanto de la Economía Popular como del sector de Economía Solidaria, constituye una articulación de actores y recursos de la economía mixta enmarcada en el Buen Vivir.

La constitución del estado del Ecuador del año 2008, en la que el gobierno intenta un desarrollo en función de un equilibrio social, a diferencia de lo que venía sucediendo en cuanto a las inequidades evidentes en las que se desarrollaba el estado, se potencializaba el capitalismo en donde el dueño del capital tendría mejores opciones de sobresalir y mejorar su posición económica, mientras que en su mayoría las personas sin recursos, en especial para potencializar negocios se veía retraída de las oportunidades que el mercado brindaba a la comunidad.

Con las pocas opciones que el mercado brindaba la brecha entre la pobreza y riqueza se ampliaba inclusive el rango de personas con menos recursos llegaban de forma acelerada a la extrema pobreza, teniendo que vivir en la mayoría de los casos con menos de un dólar por día, situación que afecta o incrementa de forma alarmante los cinturones de miserias de las economías al interior del país, lo anterior provocó paralelamente el incremento de la delincuencia o vicios sociales (droga, alcohol, prostitución, etc) afectando el normal desenvolvimiento de la sociedad.

Responde al desafío de “revertir las condiciones de explotación de las dos principales fuentes de riqueza social: los seres humanos y la naturaleza”¹. Esta explotación, exacerbada bajo el neoliberalismo, deviene del objetivo central de acumulación inherente al capitalismo, pero a su vez se remite a una disociación entre seres humanos y naturaleza, tiene un antecedente ‘civilizatorio’ que cobija a ese sistema económico, que supone la fragmentación de la vida, la confrontación con la Naturaleza, el no reconocimiento de la común pertenencia a un mismo sistema de vida.

Una inadecuada programación social implica desajustes sociales, impidiendo el desarrollo equilibrado, por tanto es potencializar las inequidades haciendo que las personas con menos recursos continúen con menor recurso, por lo tanto el tema del

¹Hacia la ANC fluyeron decenas de propuestas y centenares de delegaciones, pero aluden en esta y en adelante a aquellas que sobrepasaron lo sectorial y reivindicativo para repensar y redefinir el país como un todo: ILDIS, 2007; CONESUP, 2007; CONAIE, 2007; Gobierno Nacional, 2007; Movimiento de Mujeres, 2008

buen vivir potencializado en la constitución y conocido en la lengua quichua como el Sumak Kawsay, incidiendo en un proceso adecuado a fin de mejorar las instancias del sistema de vida así mismo potencializar la vida, en tanto y cuanto a la estructura social de equilibrio y donde el desarrollo se viabilice.

Por tanto se incluye la Universidad eje central que debe potencializar con las carreras la especialización y las competencias y destrezas sociales acorde a la preparación, a la vez que desarrolla la generación de empleo y de empresas, requiriendo potencializar Incubadoras de Empresas que nazcan de los centros universitarios del país.

“Concepción global-local: Un proyecto de Laboratorio Viviente (LV) debería ser competitivo y global en su orientación, pero al mismo tiempo, tendría que estar anclado localmente y responder a los intereses y las necesidades específicas del municipio en el que se instala. Sería necesario considerar tanto las necesidades de competitividad global y macro-regional, como las necesidades y características de las estructuras socio-económicas en las que se insertan”. Castellano, O. (2007:29)

“Equilibrio regional: El conocimiento y la innovación tienden a concentrarse geográficamente recuerda que -el cambio tecnológico tiende a favorecer las áreas urbanas, frenando u obstaculizando así la descentralización de la actividad económica hacia áreas menos densas en flujos y recursos-. Los LV pueden instalarse en áreas menos ricas en recursos, contribuyendo al equilibrio regional en lo que respecta a la concentración de la innovación y del conocimiento”. Ondategui, J. (2006:54)

Desde la perspectiva local se debe pretender ajustar mecanismos de acción en pro de lograr un crecimiento sostenido y sustentable que propicie a la región en particular haciendo del desarrollo un mecanismo claro y con visión de futuro, dentro de programas y acciones pre establecidas vinculantes con los actores seccionales y los actores en el caso ecuatoriano provinciales, es decir que se vinculen las universidades con los Gobiernos Autónomos Descentralizados GAD's cantonales y el GAD provincial, en una esfera de ayuda mutua con la participación ciudadana.

De acuerdo a lo expresado por S. Boisier que plantea que actualmente el desarrollo es entendido como: “El logro de un contexto, medio, situación o entorno que facilite la potenciación del ser humano para transformarse en persona humana, en su doble dimensión, biológica y espiritual, capaz en esta última condición de conocer y amar. Esto significa reubicar el concepto de desarrollo en un marco constructivista, subjetivo e intersubjetivo, valorativo o axiológico, y, por cierto, endógeno, o sea, directamente dependiente de la autoconfianza colectiva en la capacidad de “inventar” recursos, movilizar los ya existentes y actuar en forma cooperativa y solidaria, desde el propio territorio”. Boisier. S. (2001: 36)

De acuerdo a lo que establece el autor se observa que el desarrollo es parte de una concepción de avanzada que fructifica las labores emanadas desde lo local hacia el exterior, donde el hombre sea respetado en todos sus aspectos y concepciones sociales donde se desenvuelve, sin embargo desde los organismos estatales se

desarrolle tanto en lo endógeno como en los exógeno, con axiología y valores que signifiquen potencializar una sociedad justa equilibrada y solidaria.

Asiente O. Castellano “La gestión tecnológica, dentro de un marco administrativo eficaz, permite una apropiada interacción entre la tecnología, el recurso humano y el conocimiento generado y asimilado, lo que conlleva a aumentos en la calidad de los bienes o servicios ofrecidos, en la productividad y en la competitividad. Cabe puntualizar que la generación, la asimilación y el uso efectivo de la tecnología mediante la gestión tecnológica, incluye también la utilización eficiente de los recursos empleados por la empresa, al igual que la minimización del impacto que tiene la actividad productiva sobre el ambiente”. Castellano, O (2007:92)

La tecnología en los últimos tiempos siempre va a parecer como un nexo entre lo laboral, educativo, social y de toda índole, como en el aspecto administrativo este factor está íntimamente vinculado a los proceso de avanzada, se debe considerar algunas concepciones puesto que la tecnología puede ser extremadamente compleja y que de alguna forma subyugue al recurso humano, en tanto y cuanto este factor puede ser lacerante en el sentido de potencializar conocimientos, en si la tecnología debe ser explotada pero sin embargo los seres humanos deben estar capacitados en el manejo y manipulación de estos elementos que pudieren ser negativa por la falta de preparación.

3. Las acciones desarrolladas por las universidades estatales en función de los emprendimientos, caso Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

La Universidad Ecuatoriana ha integrado en sus estructuras mecanismos de acción que permite a sus estudiantes integrarse laboralmente, cumpliendo en parte con el rol social que es el de insertar profesionales al mundo laboral. La situación actual en un mundo globalizado y súper poblado, con una gran cantidad de profesionales en el medio que hace que las estructuras sociales no puedan acoger a todos expertos y expertas para que se vinculen directamente como dependientes de alguna institución pública y de la misma forma ocurre con la privada, dificultando el ingreso de estos al medio laboral, escenario que hace que las autoridades universitarias y los entes del gobierno estén permanentemente motivados en la búsqueda de opciones para la integración de estos al aparato productivo y no engrosen filas de desempleados capacitados.

Para esto las universidades y los centros de investigación y desarrollo han tenido que desarrollar acciones al interior, lo que implica capacitación docente y equipar áreas que les permita tener herramientas tales que puedan transmitir la energía y el entusiasmo a los educandos a fin de lograr en ellos despertar el empresario que llevan dentro, es así que en todos los niveles de estudio se puede lograr esto, inclusive en las diferentes ramas de estudio, la intención es clara estos deben desarrollar ideas de negocios, plasmarlas en un documento y posteriormente la aplicación, existen ciertas resistencias

en algún sector que va desde los profesores o estudiantes, claro está que esto no está direccionado para el común denominador sino más bien para aquellos que tengan espíritu emprendedor y que existan orientadores (profesores) con la preparación adecuada en estos temas.

La universidad en el Ecuador a través del Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO), ha orientado a un gran grupo de docentes dentro del proceso de escoger profesores con perfiles adecuados para que trasmitan la técnica del desarrollo de planes de negocio basado en ideas emprendedoras, con programas intensivos, en el caso de la Escuela Superior Politécnica (ESPOL) donde se ha desarrollado un grupo de docentes en este proceso.

El proceso constituyó un gran programa nacional de la búsqueda de Formador de Formadores Nacionales en Emprendimiento, donde el objetivo estaba basado en capacitar en conjunto con el MIPRO y la ESPOL, generaran un gran programa de capacitación docente en metodología alemana de emprendimiento, en la que los profesores universitarios de algunas universidades estatales, particulares y organizaciones no gubernamentales (ONG's) se integraran en la capacitación para potenciar el emprendimiento en las regiones tanto a nivel rural como urbano empezando por los estudiantes universitarios, en la que se escogieron a los cuadros docentes donde se dan los títulos de formador de formadores.

En el caso de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo calificaron a 6 docentes y se formó el centro de emprendimiento en el que la Universidad se compromete a generar capacitación en planes de negocios a la comunidad en general, el mismo que funciona al interior de los predios universitarios.

Estos proceso involucran la tecnología por lo tanto los mismos con recursos del estado se dotaron de equipos computacionales, con acceso a internet además del mobiliario necesario para su funcionamiento, como alternativa al interior de las universidades se incluye en el pensum de estudios programas de planes de negocios y de emprendimientos, con el afán de potencializar la actividad, además de fortalecer a la comunidad en programas de capacitación y el acompañamiento de los ciudadanos y ciudadanas que busquen desarrollar adecuadamente sus ideas de negocio, que no conocen como plasmarlos en los documentos respectivos, estos proceso se mejoran continuamente.

La experiencia de la ESPOL ha sido el referente nacional en Programas de Emprendimientos y de Incubadora de Empresas, al interior de las universidades estatales el tema aún es complicado puesto que se requiere de una estructura y de personas, directivos, docentes, que se comprometan. Algunas Universidades no han podido continuar por falta de presupuesto, sin embargo un punto en las evaluaciones universitarias es justamente el de programas de emprendimientos, en el futuro esto se irá potencializando, la Universidad Técnica Estatal de Quevedo (UTEQ) ha desarrollado

programas con la tecnología proporcionada por el estado pero falta generar la Incubadora de negocios.

Las incubadoras de empresas en términos generales son centros de apoyos, los mismos que contarán con recursos tecnológicos adecuados y programas computacionales orientados a generar planes de negocios, que faciliten el trabajo a todos los usuarios del mismo, esto es sin duda un gran avance que tendrían los centros de estudios.

Para H. Gómez manifiesta que: "En el momento en que se culminó la indagación, se clasificaron las universidades cuantitativamente por la presencia parcial o total de los criterios anteriormente citados, en 5 tipos: Gómez H (2008:26)

Universidades con emprendimiento Aparente: universidades con la presencia de uno solo de los criterios enunciados.

Universidades con emprendimiento Básico: universidades con la presencia de dos de los criterios manifestados.

Universidades con emprendimiento Intermedio: universidades con la presencia de tres de los criterios expuestos.

Universidades con emprendimiento Superior: universidades con la presencia de cuatro de los criterios mencionados.

Universidades con emprendimiento Avanzado: Ratifica las universidades con presencia de los cinco criterios.

4. CONCLUSIONES

- ✓ La ciencia es un cuerpo ordenado y regulado de conocimientos que ha cambiado la percepción de las estructura sociales económicas e ideológica de la sociedad, el proceso de la investigación y la manipulación permanente, información demanda de un compromiso social y moral por las connotación de los resultados de la investigación en la resolución de determinados problemas, la investigación es una profesión institucionalizada es la fuerza permanente y dinámica en la creación de nuevo conocimiento, el concepto de ciencia es muy compleja por las dimensión y característica que abarca.
- ✓ El desarrollo Económico y Emprendimientos es una disciplina de reciente creación que se encuentra en proceso de construcción de instrumentos de la gestión del desarrollo a escala local, nacional e internacional, su nivel de madurez en la actualidad no es suficiente para ofrecer un modelo acabado de ciencia, innovación tecnológica capaz de involucrar lógicamente las múltiples dimensiones del procesos de innovación tecnológica.
- ✓ El modelo de desarrollo en actual vigencia en Quevedo-Ecuador, no pudo cumplir con los objetivos, metas trazadas atribuidas a la falta de un análisis de

reflexivo de los alcances de las medidas, los impactos y el soporte de la estructura institucional agudizando las contradicciones en el seno de la sociedad.

- ✓ Los sistemas de emprendimientos en los egresados de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, son limitados, pero permiten abordar problemas de importancia en la zona y potenciar formas de vincularse los egresados en el medio laboral.
- ✓ A manera de recomendación los resultados de este trabajo se socialice con las autoridades de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo y puedan ser asimilados por otras instituciones universitarias en función de sus características y de su contexto específico.

BIBLIOGRAFÍA

AGAZZI, E. (1996): "El bien, el Mal y la Ciencia", Editorial Tecno, Madrid.

BOISIER, S. (2001): Desarrollo (local): ¿De qué estamos hablando?. Disponible en: <http://www.cedet.edu.ar/sitio/agenda/boisier.pdf>.

BOZA J, MANJARREZ N. Gestión de emprendimientos de Economía Popular y Solidaria para potenciar un desarrollo comunitario local. Revista Científica Avances 2016; 18 (1):66-75. ISSN 1562-3297. DOI.

BOZA J, MANJARREZ N. Diagnóstico estratégico de emprendimientos de Economía Popular y Solidaria en Ecuador. Revista Ingeniería Industrial 2016; (37): 208-217 ISSN 1815-5936.

BOZA J. Atenciones teóricas de la economía popular y solidaria (EPS). Revista OÍDLES 2015; 9 (18):1-9. ISSN 1988-2483.

BOZA J. Piloto de emprendimientos turísticos y su aporte en el desarrollo del ecoturismo sostenible. Revista Res Non Verba. 2015; (7):65-76. ISSN 1390-6968.

CASTELLANOS DOMÍNGUEZ, OSCAR FERNANDO, Gestión Tecnológica: de un Enfoque Tradicional a la Inteligencia, 2007.

GOMEZ HERNANDO A. VARON CHRISTIAN, "Inventario y Situación de Grupos, Asociaciones y Movimientos Estudiantiles Juveniles Universitarios que Fomentan el Emprendimiento en Latinoamerica; Una Mirada Aproximativa, Bogotá, Agosto, 2008

KELLE V., Kovalzon M., (1977). La teoría Marxista de la Sociedad. Editorial Pueblo y Educación. La Habana.

LAGE, Agustín (2003) "Ciencia Y Soberanía: Los Retos y las Oportunidades", se puede encontrar en <http://www.cuba.cu/ciencia/acc/anales9.htm>

MONTES de Oca, M. J.L (2011). Estudios sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad. Relevancia de esta interpretación para Cuba, en Contribuciones a las Ciencias Sociales, mayo 2011, www.eumed.net/rev/cccss/12/.

NÚÑEZ, J.; Macías M. (2007). Reflexiones sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad. Conocimiento y Sociedad pensando en el desarrollo. Primera ed. Habana: ECIMED.

NÚÑEZ, J (1994): "Ciencia, Tecnología y Sociedad" Problemas Sociales de la Ciencia y Tecnología Geocyt, Editorial Félix Valera, La Habana

NÚÑEZ, J. (1989). Interpretación Teórica de las Ciencias. La habana: Editorial Ciencias Sociales.

NÚÑEZ, J. (2007). La ciencia y la tecnología como procesos sociales. Lo que la educación científica no debería olvidar. Editorial Félix Varela, La Habana.

NUÑEZ, Jover. (2002). La ciencia y la Tecnología como procesos sociales. Lo que la educación científica no debería olvidar. Editorial Felix Varela. La Habana

ONDATEGUI, J.C. (2006): "Distritos, tecnópolis y regiones del conocimiento en Japón: cambios organizativos en las áreas metropolitanas", MI+D, nº 34, Disponible en: <http://www.madrimasd.org/revista34/aula/aula2.asp>.

PACEY, A. (1990): "La cultura de la Tecnología", Fondo de Cultura Económica, México

016. DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN POR PROCESOS PARA EL CENTRO DE INSTRUCCIÓN AERONÁUTICA CIVIL “AERO CLUB DEL ECUADOR”

Autores:

Ing. Com. Ortega Ponce Laura Ximena M.Sc.
Ing. Mariuxi Tejada Castro
Ing. Elke Yerovi Ricaute M.Sc.
Ing. Wilson Molina Oleas M.Sc
Ing. Pablo Calderón Castro.

RESUMEN

El presente artículo se desarrolla en base a un estudio realizado a la Escuela de Instrucción Aeronáutica Aero Club del Ecuador (ACE), esta empresa pone a disposición diferentes cursos: Piloto Privado, Piloto Comercial, Piloto Instrumental, Piloto Instructor; así como algunas de las escuelas que funcionan a nivel nacional, las mismas que deben contar con la certificación emitida por la DGAC.

El ACE fue fundado el 20 de febrero de 1931 y es certificada por la Aviación Civil del Ecuador. Cuenta con certificación del 2014 y en la actualidad está en espera de la visita in situ para que pueda concluir con el proceso establecido por la autoridad competente. La etapa siguiente de la certificación se la conoce como proceso de vigilancia continua, para mejorar el resultado de este proceso y que le permita el mejoramiento continuo. Para mejorar este proceso se presenta un modelo de gestión por procesos, aplicando indicadores de gestión.

El objetivo principal de este artículo es presentar un modelo que le permitirá a cualquier Escuela de Instrucción Aeronáutica realizar una evaluación anticipada y de esta manera corregir aquellos procedimientos que no estén funcionando adecuadamente.

Los métodos que se realizaron para el levantamiento de la información, análisis de documentos fueron: métodos empíricos y métodos teóricos, se realizó una entrevista al director de la escuela de Instrucción Aeronáutica y a los funcionarios encargados de las diferentes funciones de la escuela. Como resultado de este estudio se elabora un Modelo de Gestión por Procesos y obteniendo a través de la encuesta el resultado del Indicador de Evaluación del Personal, los otros indicadores: Evaluación del Manual de Instrucción y Procedimientos, Evaluación de la Implementación, Evaluación de las Instalaciones y Edificaciones, Aeródromos, Evaluación del Equipo de Instrucción de Vuelo y Evaluación del Sistema de Garantía de Calidad; el modelo de cada indicador se lo realizó tomando en consideración las Regulaciones de la Dirección General de Aviación Civil (RDAG), los cinco indicadores mencionados anteriormente su resultado se lo estableció en función con la entrevista realizada.

Palabras clave: Gestión por Procesos – Indicadores - Certificación

ABSTRACT

Keywords: Management by processes - indicators - certification

INTRODUCCIÓN

Históricamente las empresas se han organizado o se han gestionado siguiendo los principios establecidos por autores reconocidos; uno de estos principios es el Tayloristas de División y Especialización del trabajo por departamentos o funciones diferenciadas, independientemente del servicio o producto que produzca para satisfacer las necesidades y cumplir con sus objetivos lo cual implica mejorar permanentemente la eficacia y eficiencia en los procesos que la involucran. (Zaratiegui, 1999)

Es importante para las empresas realizar una indagación con cierta regularidad sobre la calidad percibida por parte del cliente y realizar las mejoras correspondientes de ser necesarias.

Objetivo de la investigación.

El Centro de Instrucción Aeronáutica Civil Aero Club del Ecuador, se encuentra ubicado en la ciudad de Guayaquil, donde antiguamente funcionaba el aeropuerto, en una de las avenidas más importantes como lo es la Avenida de las Américas, fundada en el año 1931 ha contribuido ininterrumpidamente entregando al país pilotos profesionales a través de una formación integral. La escuela de aviación es la primera y única en su género certificada por la Dirección de Aviación Civil del Ecuador, lo que permite ofrecer una enseñanza garantizada, con instructores de experiencia, aeronaves y equipos de apoyo y mantenimiento constantemente monitoreados por la autoridad competente. (AeroClub del Ecuador)

Existe actualmente un déficit de comunicación con la elaboración y envío de documentación, entre las que se incluyen: elaboración de horarios de vuelo de alumnos e instructores, recepción de planes de vuelo y bitácoras, elaboración de notas de pedido, liquidación de horas de vuelo, información sobre cursos y vuelo, elaboración de carpetas de los alumnos, entrega de calificaciones de los cursos respectivos, del Centro de Instrucción Aeronáutica Civil Aero Club del Ecuador.

La DGAC (Dirección General de Aviación Civil) es el organismo técnico que controla la actividad aeronáutica civil y es la que ejecuta las políticas directrices y resoluciones impartidas por el Consejo Nacional de Aviación Civil, tiene su sede en la ciudad de Quito; entre sus funciones principales esta:

- a. Fomentar el desarrollo de la aviación comercial y en general de las actividades de instituciones que tengan como objetivo el contribuir al desarrollo aéreo civil.
- b. Velar por el cumplimiento de los acuerdos bilaterales y resoluciones de las convenciones internacionales sobre asuntos de aviación;
- c. Controlar que las operaciones de vuelo se realicen dentro de las normas de seguridad. (Dirección General de Aviación Civil).

Todo centro de instrucción aeronáutica y de entrenamiento debe adoptar un sistema de garantía de la calidad, debería asegurar el cumplimiento de los requisitos, la conformidad con los estándares, y su adecuación a las actividades de instrucción y cada proceso que ayude al centro a lograr estos resultados debería estar identificado, así como documentados los procedimientos y actividades (DGAC). El Aero Club del Ecuador, debería especificar la estructura básica del sistema de garantía de la calidad,

aplicable a todas las actividades de instrucción que desarrolla identificado, así como documentados los procedimientos y actividades.

Actualmente el Aero Club del Ecuador debe hacer un análisis de los procesos, sistemas y recursos existentes de la organización comparados con los requisitos del Sistema de Gestión establecidos en las Regulaciones de la Autoridad Aeronáutica.

El Aeroclub del Ecuador ha previsto implementar normalmente varias funciones de Sistema de Gestión como consecuencia del cumplimiento de los requisitos establecidos en las Regulaciones de la Autoridad Aeronáutica, incluyendo en algunos casos la adopción de las mejores prácticas de la industria.

El desarrollo de un Sistema de Gestión, debe basarse en las estructuras y en los sistemas de control organizacionales existentes. El análisis del faltante facilita el desarrollo de un plan de implementación del Sistema de gestión del Aeroclub del Ecuador, al identificar las brechas que deben abordarse para implementar completamente este sistema.

Luego que se complete este análisis y quede totalmente documentado, los recursos y procesos que se identificaron como faltantes o inadecuados formarán la base del plan de implementación del Sistema de Gestión.

El objetivo general de esta investigación es la creación de un Modelo de Gestión por Procesos para el Centro de Instrucción Aeronáutica Civil "Aero Club del Ecuador", que permita asegurar que todos los procesos se desarrollen de forma coordinada.

Dentro de los objetivos específicos están: Analizar la situación actual y detallada de las actividades que se desarrollan en el Centro de Instrucción Aeronáutica Civil "Aero Club del Ecuador", indicando los documentos utilizados para la realización de las actividades; Elaborar Indicadores de Gestión de los procesos a través de estándares y formatos que permita la identificación de oportunidades para mejoras continuas; Diseñar el Modelo de Gestión por Procesos como guía para el modelamiento de las actividades del Centro de Instrucción Aeronáutica "Aero Club del Ecuador".

Lo que se pretende determinar también con esta investigación es la incidencia en el rendimiento de las actividades departamentales la falta de un mecanismo efectivo de comunicación y organización en la institución. De comprobarse esta incidencia a través de las encuestas se puede comprobar la siguiente hipótesis: Con el diseño de un Modelo de Gestión por Procesos para el Centro de Instrucción Aeronáutica Civil "Aero Club del Ecuador", permitirá asegurar que todos los procesos de la organización se desarrollen de manera eficaz, mejorando la efectividad y la satisfacción de todas las partes interesadas.

Este Modelo servirá de guía para futuras mejoras en cualquier otra escuela de instrucción aeronáutica civil, permitiendo de esta manera realizar un desempeño más oportuno mejorando la productividad y los aspectos relacionados con la calidad.

Muchas empresas en la actualidad enfocadas a diferentes actividades deben modificar sus procesos en función de las necesidades que presenta en entorno cambiante, considerando también los procesos que pueden modificarse; para lo cual la empresa deberá tomar tiempo y esfuerzo, teniendo en cuenta que toda actividad o secuencia de actividades que lleva a cabo las diferentes unidades o áreas ya que constituyen un proceso como tal y por consiguiente es necesario realizar una evaluación periódica que permita constatar su correcto desempeño. (Alonso, 2003)

MATERIALES Y MÉTODOS

Las modalidades o tipos de investigación que se utilizaron para el proceso de investigación fueron:

Investigación Documental a través de esta modalidad se obtuvo la recopilación, organización y análisis de la información real para su posterior estudio; con la Investigación de Campo se procedió a realizar los siguientes pasos: plan de la investigación, selección de la muestra, recopilación y análisis de datos, codificación y edición de la información, presentación de resultados.

El Método Empírico consistió en que con toda la información real obtenida con los dos tipos de investigación antes mencionada se procede a la revisión de toda la documentación, análisis de la bibliografía, literatura de revistas especializadas, libros e informes de instituciones especializadas, aplicación de entrevista al personal que trabaja en la empresa.

Con el Método Teórico se procedió a identificar y describir cada uno de los componentes obtenidos a través de la información; revisar toda la literatura obtenida y procesadas las entrevistas se procedió a estructurar el modelo que requiere la empresa para que cumpla sus objetivos.

Mediante la identificación y gestión sistemática de los procesos desarrollados en la organización, se procederá a la modelización de los sistemas como un conjunto de procesos interrelacionados.

Los indicadores que permitirán medir el modelado de gestión se los puede clasificar en externamente e internamente; los primeros permiten medir en todo momento las desviaciones tanto en la satisfacción de sus clientes como en su relación con los indicadores internos de gestión o la consecución de los objetivos estratégicos, los segundos indicadores permiten obtener los resultados y son su contribución a la sensibilización y motivación.

La estadística descriptiva que se utilizó permitió organizar y resumir el conjunto de observaciones de manera cuantitativa. El resumen se lo realizó mediante tablas y gráficos. Se realizó una encuesta a cuatro personas que son las que conforman el Centro de Instrucción Aeronáutica "Aero Club del Ecuador" y la entrevista a la persona encargada del Departamento de Operaciones. Las técnicas aplicadas son la encuesta, entrevista y la observación y los Instrumentos utilizados el cuestionario, la guía estructurada y documentos.

RESULTADOS

Las Escuelas o Centros de Instrucción de Aviación Civil se manejan de la siguiente manera: Cuando una institución quiera crearse como Escuela de Instrucción de Aviación Civil necesita seguir estos requisitos establecidos por la Dirección General de Aviación Civil (DGAC): Precalificación, Aplicación Formal, Revisión de la Documentación, Inspección y demostración, y la Entrega del Certificado.

Posteriormente se obtiene el Certificado que la acredite y la autorice a formar pilotos, debe esperar el tiempo requerido; que puede ser de dos años o más, que es el tiempo que dura la certificación; para que pueda proceder a un proceso denominado Vigilancia Continua. El proceso de vigilancia continua consiste en que la DGAC renueva o no el certificado obtenido por la Escuela de Instrucción, en este caso el Centro de Instrucción Aeronáutica Aero Club del Ecuador pueda autoevaluarse y de no contar con algunos de los indicadores pueda realizar un plan de acción para mejorarlo.

La misión de la DGAC es: planificar, organizar, ejecutar, regular y controlar el desarrollo técnico operativo de la actividad aeronáutica del país, en cumplimiento de normas y procedimientos nacionales e internacionales que garanticen la eficiencia y seguridad de las operaciones aéreas en territorio ecuatoriano.

La Visión es: Ser una institución altamente tecnificada que garantice la seguridad operacional y la calidad de los servicios aeronáuticos y aeroportuarios.

En la actualidad hay algunas Escuelas a nivel nacional que cuentan con la Certificación otorgada por la DGAC, entre esas escuelas se encuentran las siguientes: Grand Aviación, Sky Ecuador, Aero Club del Ecuador, Escuela de Aviación MAY, Escuela de aviación West Pacific entre otras.

El Aero Club del Ecuador debe establecer un sistema de gestión el mismo que deberá ser aceptado por la Autoridad de Aviación Civil, este requisito se refiere a la descripción de los elementos que conforman el Sistema de Gestión de Aero Club del Ecuador, así como la interfaz con los sistemas y los procesos existentes de la organización.

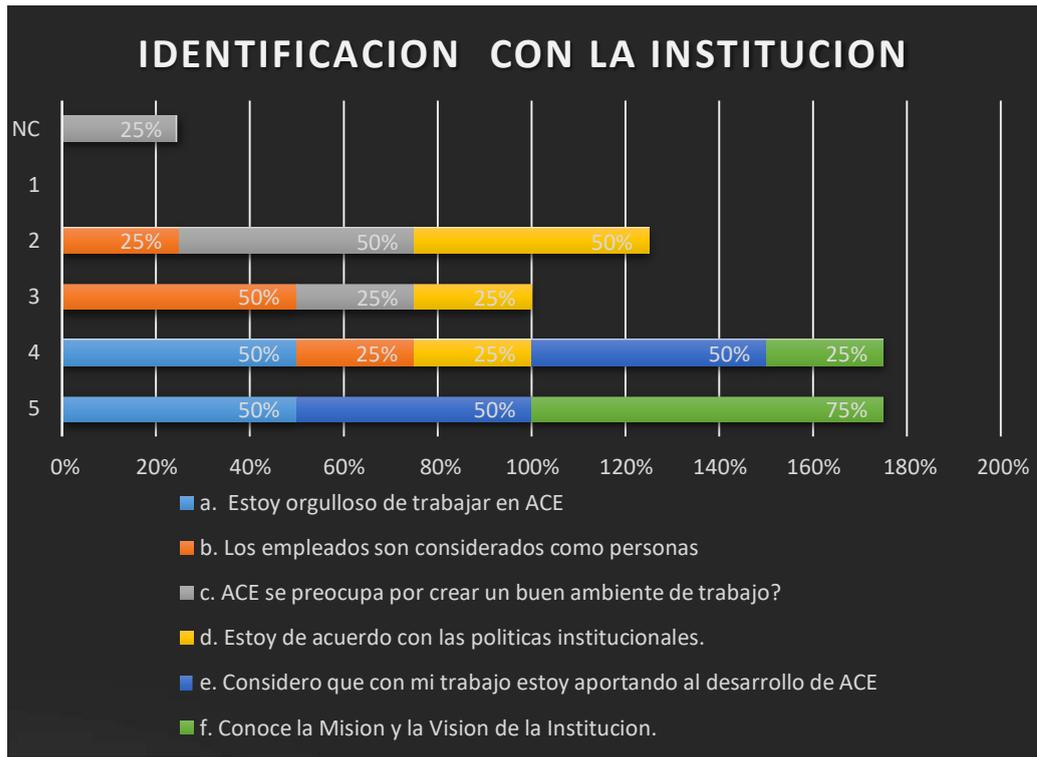
La encuesta que se realizó al personal que trabaja en el área de Operaciones de la Escuela de instrucción aeronáutica Aero Club del Ecuador, indica los siguientes resultados.

La escala utilizada (basada en la técnica de Likert) en la encuesta fue la siguiente:

Escalas	Significado
5	Muy bueno
4	Moderadamente bueno
3	Bueno
2	Regular
1	Malo
NA	No aplica

En cuanto a la Identificación con la Institución podemos indicar lo siguiente:

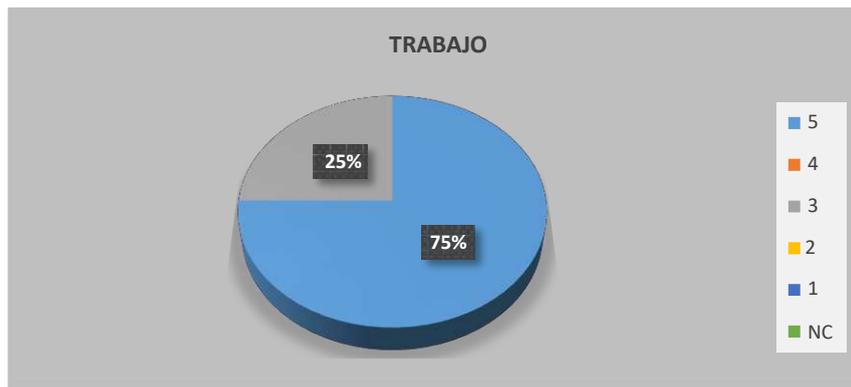
	5	4	3	2	1	NC
a. Estoy orgulloso de trabajar en ACE.	50%	50%				
b. Los empleados son considerados como personas.		25%	50%	25%		
c. ACE se preocupa por crear un buen ambiente de trabajo.			25%	50%		25%
d. Estoy de acuerdo con las políticas institucionales.		25%	25%	50%		
e. Considero que con mi trabajo estoy aportando al desarrollo de ACE	50%	50%				
f. Conoce la Misión y la Visión de la Institución.	75%	25%				



Es importante recalcar que en esta pregunta la percepción que tiene los empleados con respecto a considerarse orgullosos en trabajar en la empresa y los demás aspectos a preguntar obtenemos un resultado del 50% a diferencia de la pregunta si los empleados están considerados o se sienten considerados como personas dentro de institución el porcentaje la escala de regular tiene un 25% y el porcentaje mayor lo obtiene el 75% es que los empleados si conocen la misión y la visión de ACE.

En función a la pregunta correspondiente a las Condiciones de Trabajo el resultado fue el siguiente:

	5	4	3	2	1	NC
a. El ambiente en donde desarrollo mis actividades profesionales es el adecuado	75%		25%			



En cuanto al aspecto de las condiciones de trabajo los encuestados indican que en un 75% el ambiente dentro de ACE es el adecuado aunque un 25% nos indica no esta de acuerdo que el ambiente sea el mas adecuado para ellos.

Cuando se refieren a relaciones interpersonales los encuestados consideran indican en un 75% nunca se han sentido obligados a realizar actividades que van en contra de sus valores personales y un 25% asegura que su trabajo lo desarrolla en un ambiente favorable.

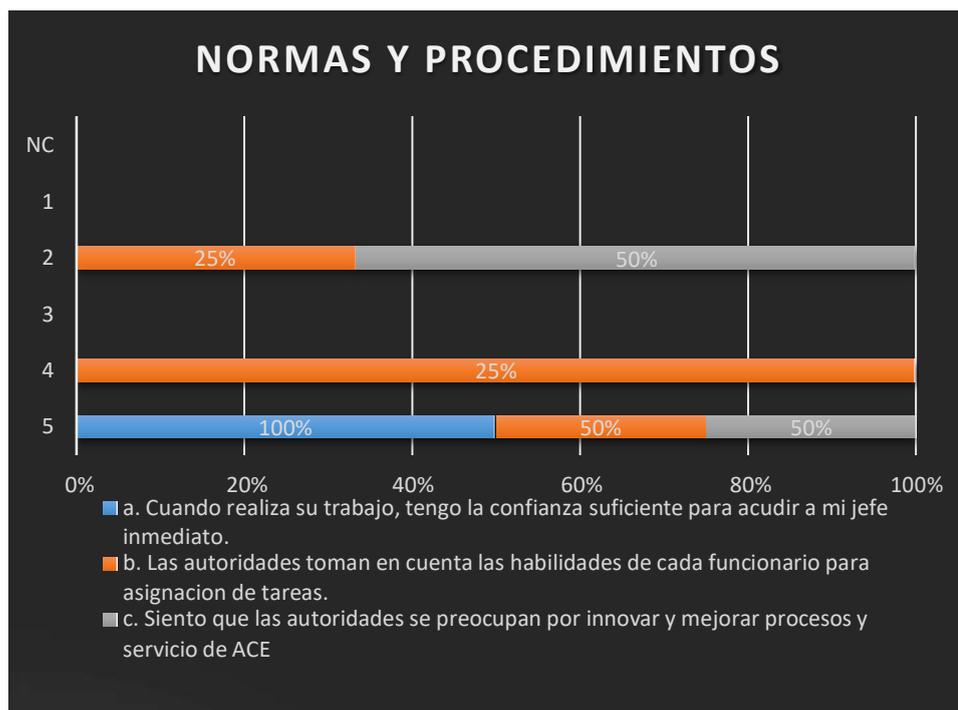
En cuanto a la comunicación consideran los encuestados en un 100% que siempre le informan a su jefe inmediato sobre cuestiones de trabajo, en un 50% es bueno el nivel de comunicación entre los compañeros y en un 25% considera que al ingresar a la institucion fue regular la informacion recibida.

La retroalimentación percibida por los empleados del departamento de operaciones en un 75% considera que es muy buena, justa y objetiva la información de desempeño, pero en un 25% consideran que nunca su jefe inmediato informa continuamente sobre su desempeño.

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta el 100% que cuando han tenido inquietudes sobre su trabajo tienen la confianza suficiente para acudir a su jefe inmediato, a diferencia de que el 75% indica que las autoridades toman en cuenta las habilidades de cada funcionario para la signacion de tareas.

La respuesta a la pregunta sobre las normas y procedimientos el resultado fue:

	5	4	3	2	1	NC
a. Cuando realiza su trabajo, tengo la confianza suficiente para acudir a mi jefe inmediato.	100%					
b. Las autoridades toman en cuenta las habilidades de cada funcionario para asignación de tareas.	50%	25%		25%		
c. Siento que las autoridades se preocupan por innovar y mejorar procesos y servicio de ACE	50%			50%		



Los encuestados respondieron que el 100% siempre las autoridades toman en cuenta las habilidades de cada funcionario para asignación de tareas, el 50% señala que rara vez siente que las autoridades se preocupan por innovar y mejorar procesos y servicios de ACE.

Por estos resultados podemos concluir que los encuestados el 75% indica que tienen conocimiento de la misión y visión de la empresa; el 50% señala que rara vez el ACE se preocupa por crear un buen ambiente de trabajo y en estar de acuerdo con las políticas institucionales; el 50% concluye que percibe que no existe un buen nivel de comunicación entre los compañeros; 50% de los encuestados señala que algunas veces las autoridades se preocupan por innovar y mejorar procesos y servicios del Aero Club; y un 50% rara vez siente que las autoridades se preocupan por innovar y mejorar procesos y servicios de ACE y un 25% considera que al ingresar a la institución fue regular la información recibida.

Como resultado de la Entrevista realizada al Gerente de Operaciones de la Escuela de Instrucción Aeronáutica Aero Club del Ecuador los pasos para la obtención de la certificación de la DGAC, en la actualidad ha pasado por los tres pasos:

1. Solicitud
2. Procesos
3. CIAC/ACE
4. Visita In situ

Falta el último paso o punto que es la visita In situ; existe otra etapa también importante conocido como proceso de vigilancia continua, este proceso incluyen los puntos indicados en los indicadores del modelo.

Para todas las escuelas que se dedican a la instrucción aeronáutica deben seguir con los lineamientos establecidos o disposiciones reglamentadas por los

siguientes organismos que son considerados las máximas autoridades a las que deben regirse todas las escuelas de instrucción a nivel nacional.

- Tratados Internacionales
- Código Aeronáutico y la Ley
- RDAC Normas técnicas de aviación
- Circulares normas técnicas
- Manuales
- Inspector, aeronavegabilidad, inspector de calidad.

Modelo de un Sistema de Gestión Basado en Reglamentos DGAC

El objetivo de esta investigación es preparar al AERO CLUB DEL ECUADOR en todos los requerimientos establecidos por la DGAC y en el establecimiento de procesos actuales que le permita a la escuela:

- Realizar la Auditoría Interna del Sistema de Gestión de Calidad.
- Apoyar al establecimiento y mejoras de los procesos dentro del manual de procedimientos.

El presente modelo hace referencia a los diferentes modelos de gestión de calidad que permite a las empresas establecer un enfoque y un marco de referencia objetivo, como también determinar las líneas de mejora continua hacia las cuales debe orientarse los esfuerzos de la organización; a la vez que toma en consideración los siguientes aspectos para su diseño:

- Evita tener que crear indicadores, ya que están definidos en el modelo.
- Permite disponer de un marco conceptual completo.
- Proporciona unos objetivos y estándares iguales para todos, en muchos casos ampliamente contrastados.
- Determina una organización coherente de las actividades de mejora.
- Posibilita medir con los mismos criterios a lo largo del tiempo, por lo que es fácil detectar si está avanzando en la dirección adecuada.

DISCUSIÓN.

La Escuela de Instrucción Aeronáutica Aero Club del Ecuador en el 2014 obtuvo la certificación por parte de la DGAC. Se realizó el análisis en función del Modelo del Sistema de Gestión indicado anteriormente y el resultado de los Indicadores fue el siguiente:

RESULTADOS DEL ANALISIS DE CADA INDICADOR

INDICADORES	RESULTADOS PROMEDIOS	
	SI (%)	NO (%)
1. Evaluación del Manual de Instrucción y Procedimientos.	100%	0%
2. Evaluación de la Implementación de la FASE I del SMS.	100%	0%
3. Evaluación del personal.	80%	20%
4. Evaluación de las Instalaciones y Edificaciones; Aeródromos.	100%	0%
5. Evaluación del Equipo de Instrucción de Vuelo.	100%	0%
6. Evaluación del Sistema de Garantía de Calidad.	100%	0%

CONCLUSIONES

Como etapa final de la aplicación del modelo de gestión en base a indicadores se llegó a las siguientes conclusiones.

Los manuales de Instrucción y procedimientos están en proceso de análisis y aprobación por parte de la DGAC.

La Fase I del SMS está en proceso de aprobación.

El resultado de las encuestas en un porcentaje alto indica que existen varios que hay ciertos aspectos que se deben mejorar para que los empleados se sientan satisfechos con sus puestos y ambientes de trabajo.

La escuela para su funcionamiento las instalaciones y edificaciones así como los Aeródromos debe estar en constante evaluación

Los equipos de instrucción de vuelo no deben bajar del 100%.

La calidad es de importancia alta por tal motivo se están elaborando los manuales y están en proceso de aprobación.

BIBLIOGRAFÍA

Cano Carlos, Marin Diego, Zevallos Manuel, Mora Ricardo; “Grupo de Investigación AdGeo; Determinación del Análisis y Diseño Organizacional”

Drucker Peter; “Hacia la Economía del Futuro”

Espinoza Leoz Daniel; “Gestión de Calidad en Empresas”

Fustillos Villa Cinthya, Landines Vera Ivan, Reamirez Sinche Xavier, Aguirre Mosquera Julio; “Diseño de un Sistema de Gestión por Procesos de una Empresa que se dedica a la Comercialización y Distribución de una línea exclusiva de productos de consumo masivo ubicada en la ciudad de Guayaquil”.

Gómez Piñeiro Francisco Javier; “Aspectos Básicos de la Calidad y de la Gestión por Procesos”

Hernández Roberto Sampieri; “Metodología de la Investigación”

López Cubino Rafael; “Modelos de Gestión de Calidad”

Maldonado José Angel; “Gestión por Procesos”

Martínez Álvaro; “Desarrollo y Definición de un Modelo de Gestión como paso previo para la innovación empresarial”

Ministerio De Fomento; “La Gestión por Procesos”

Moguel Lievano Manuel de Jesus; “Aprendizaje en la Organización: Las Formas de Generación del Conocimiento en el Contexto Organizacional. Proyecto PROMEP – UNACH”

Moliner Aznar Felix; “Hacia un Modelo de Gestión por Procesos”

Mondragon; “Modelo de Gestión Comparativo”

Ortiz Ibañez Luis Orlando; “Manual de Procesos y Procedimientos”

Rey Peteiro Domingo; “La Gestión Tradicional y la Gestión por Procesos”

Sierra Guzman Martha; “Tipos Usuales de Investigación”

Suarez Mario; “Conceptos Básicos de Estadística Descriptiva e Inferencial Evaluación Diagnostica”

Universidad Nacional de Santiago del Estero; “Metodología de la Investigación”

Universidad Politecnica de Valencia; “Manual de Gestión por Procesos”

Zaratiegui J.R.; “La Gestión por Procesos: Su papel e importancia en la Empresa.”

Medina Leon Alberto, Nogueira Rivera Dianelys, Hernandez Nariño Arialys. Relevancia de la Gestión por Procesos en la Planificación Estratégica y la Mejora Continua. Revista EIDOS

Gómez, H. N. y Sánchez, V. (2013). Indicadores cualitativos para la medición de la calidad en la educación. Educ. Educ. Vol. 16, No. 1, pp. 9-24.

Garbanzo Vargas Guiselle y Orozco Delgado Victor (2010). Liderazgo para la Gestión Moderna de Procesos Educativos. Revista Educación 34(1), 15-29, ISSN: 0379-7082, 2010

Valero Miguel y Vaquerizo Belén (2009). Puzzles Mejorados con Mapas Conceptuales. XV JENUI. Barcelona, 8-10 de julio de 2009

Gimer I., Michelena E., y Hernández L. Propuesta de Modelo para Mejorar la Gestión de Procesos Educativos Universitarios. Industrial Vol. XXXI/No.2/2010

González Requena Ignacio y Sanz Lobera Alfredo. Impartición de Practicas de Laboratorio en escuelas Tecnicas con alto número de alumnos. Departamento de Materiales y Producción Aeroespacial. Universidad Politécnica de Madrid, 28040, España.

DGAC Internacional Organigramas de Funcionamiento. <http://www.sct.gob.mx/>

Grupo Regional ISO. Indicadores de Gestión a Nivel General. Institución Universitaria de Envigado.

CAISA. Sistema de Gestión de Seguridad Operacional (SMS) Modulo 6 – Reglamentación. SMS Sist. Gestión de Seg. Operacional 6 Elaboro: EAQ R1 Junio 1, 2013

Chacón Mejía Patricio Eduardo (2008). Propuesta de un Modelo de Sistema de Gestión de Seguridad de la Información para Institutos Superiores Tecnológicos de Educación Aeronáutica. Escuela Politécnica Nacional. Quito

García Cobo Luz, Leal Hernández Edilberto, Rivera Montoya Karol y Torres Tobar Oscar (2013). Diseño de Indicadores para la Medición de Recepción de la Escuela Militar de Aviación en la Comunidad Vecina. Santiago de Cali

Boada Sánchez Carlos y Guaño Navarrete Oscar (2007). Sistema de Automatización de los Procedimientos de Evaluación para la Promoción de Pilotos en Escuelas de Aviación Privadas. Caso de Estudio: Escuela de Formación de Pilotos Ícaro. Quito

Muñoz Claudio Marcelo (2011). Modelo de Gestión para la Vinculación Universidad –PyME en la República Argentina. Buenos Aires

Valenzuela Ricardo Jaime, Ramírez Soledad Ma. y Alfaro Jorge Antonio. Construcción de Indicadores Institucionales para la Mejora de la Gestión y la Calidad Educativa. Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa 2009 - Volumen 2, Número 2

Organización de Aviación Civil Internacional. Oficina Regional Sudamericana- Proyecto Regional RLA/06/901. **Noveno Taller/Reunión del Grupo de Implantación SAM (SAM/IG/9)**(Lima, Perú, 14 al 18 de Mayo de 2012)

Cardenas Gómez Luis y Fecci Pérez Ester. Propuesta de un Modelo de Gestión para PYMEs, Centrado en la Mejora Continua. *Síntesis Tecnológica*. V.3 N° 2 (2007) 59-67

Zaratiegui R.J.(1999). **La Gestión por Procesos:** Su papel e importancia en la Empresa. Economía Industrial No.330.1999/VI

Pérez Fernández de Velasco Jose Antonio(2009). Gestión por Procesos.ESIC Editorial. Madrid
https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=koSkh64nRb4C&oi=fnd&pg=PA13&dq=modelo+de+gestion+por+procesos&ots=7QQTxgbkOq&sig=QGT1n mA0cpk5kFJc9akz-gOnLq0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Kaplan Robert S. y Norton David P. (2005). El Cuadro de Mando Integral. Unidad de Conocimiento - El cuadro de mando integral.

Zabaleta Tejada Alonso (2003). Los Modelos Actuales de Gestión en las Organizaciones. Gestión del Talento, Gestión del Conocimiento y Gestión por Competencias. Psicología desde el Caribe. Universidad del Norte. No. 12: 115

017. ESTILO DE ADMINISTRACIÓN Y SU EFECTO EN EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LAS PYMES DEL CANTÓN LA LIBERTAD.

STYLE OF MANAGEMENT AND ITS EFFECT ON ORGANIZATIONAL PERFORMANCE THE PYMES OF CANTON LA LIBERTAD

Autores:

Caamaño López Libi Carol

Obtuvo su Maestría en Marketing y Dirección Comercial en la Universidad Tecnológica Empresarial, se desempeña en el cargo de docente desde el 2003 a la fecha a tiempo completo, su aporte profesional, como Profesor Asesor de la carrera de Contabilidad y Auditoría, Profesor asesor de la Facultad de Ciencias Administrativas, Profesora de Área, Tutor de Tesis de Grado.

geraldinesoliz@hotmail.com

Collins Ventura Nathyn Victor

Ingeniero en Marketing, cursando maestría en administración y dirección de Empresas, Autor del libro Gestión del CONOCIMIENTO, Emprendimiento, Perspectivas, e Innovación; Autor del libro Tendencias, Gestiones Administrativa, Cambios del Entorno; Coautor del libro Sardina o tiburón, el lado correcto del problema; Autor de artículos de administración y marketing. Docente del Sistema de Admisión y Nivelación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Collinsnat_17@live.com

Muñoz Villacis María De Lourdes

Licenciada en administración de empresas turísticas, obtuvo su maestría en Gerencia Educativa. Actualmente labora como asistente académica en la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Mardelou_80@hotmail.com

Resumen

El objetivo de este reporte científico consiste en socializar la incidencia de los estilos de administración en el desempeño organizacional de las pymes del cantón La Libertad. La contribución teórica radica en la concepción de la teoría y práctica del sistema de enseñanza-aprendizaje atendiendo al contexto, la definición y caracterización de la gestión administrativa de las empresas, con el fin de determinar los distintos factores que aportan al desarrollo organizacional. Se implementó una investigación de observación descriptiva, dirigida a las empresas del cantón La Libertad, para conocer la situación real, debido que en la actualidad uno de los problemas que afrontan muchas instituciones es la falta de un plan estratégico y el desconocimiento en gestión administrativa, en razón de que muchos de los

directivos trabajan de una forma empírica; sin embargo la competitividad del entorno genera una exigencia en las empresas que implica actuar estratégicamente, por ende los estilos de administración son los ejes rectores de las actividades que realiza una organización. En la actualidad los estilos de administración de las pymes del cantón La Libertad son definidos empíricamente, en base a experiencias, y sucesión familiar, existe la vital importancia que se fortalezcan para que contribuyan al desarrollo organizacional.

Palabras Claves: Gestión Administrativa, Estilos de Administración, Desempeño Organizacional, Exigencias Del Mercado, Competitividad Empresarial.

Abstract

The objective of this scientific report is to socialize the impact of management styles on organizational performance of SMEs in the canton La Libertad. The theoretical contribution lies in the conception of the theory and practice of teaching and learning system depends on the context, the definition and characterization of the administrative management of enterprises, in order to determine the different factors that contribute to organizational development. an investigation of descriptive observation, aimed at companies of Canton La Libertad, to know the real situation, because that at present one of the problems faced by many institutions is the lack of a strategic plan and ignorance in administrative management was implemented, on the grounds that many of the managers work in an empirical way; however the competitiveness of the environment creates a demand for companies involved act strategically, thus management styles are the guiding principles of the activities an organization. At present management styles of SMEs in the canton La Libertad they are empirically defined, based on experiences, and family succession, there is vitally important to strengthen to contribute to organizational development.

Keywords: Administrative Management, Management Styles, Organizational Performance, market requirements, Business Competitiveness.

1. Introducción.

La gestión administrativa es de vital importancia para que las empresas tengan un funcionamiento estable y, por ende, logren cumplir los objetivos y metas que se propongan, con la finalidad de fortalecer el crecimiento tanto institucional como económico, para ello deben contar con un personal altamente capacitado que sea capaz de desempeñarse de una forma eficaz. La gestión administrativa es en si la base principal para que una empresa logre su funcionamiento, ya que si no cuenta con una estructura organizativa no podrá funcionar adecuadamente.

Palomo, (2002). "Es el conjunto de las actividades o funciones internas de la empresa que son indispensables para su funcionamiento y, por supuesto, para la consecución de sus objetivos" Pág. 65

Para que las empresas tengan un buen funcionamiento los gerentes o dueños deben aplicar procesos administrativos de forma de correcta, de esta manera se puede generar una buena producción en todas las áreas, originando que la institución sea competitiva y tenga un posicionamiento sólido en el mercado que se dirige.

Además, el proceso administrativo ayuda a que los directivos de una empresa, tomen en cuenta todas las alternativas al momento de tomar decisiones. Para una correcta aplicación de la gestión administrativa hay que seguir un proceso integrado por varias etapas, las cuales ayudaran a que la empresa funcione de una manera ordenada.

1.1 Etapa del proceso administrativo.

1.1.1 Organización.

Palomo, (2002). "En la gestión administrativa la organización se puede realizar mediante la división por departamentos o áreas, siendo la más comunes: Personal, Contabilidad, Tesorería y Financiero, sin perjuicio de que, según la acumulación de trabajos y tipos de empresas, se puedan unir diversas funciones en un solo departamento, como ocurre en la mayoría de los casos de las "pymes". Pág. 65

En la gestión administrativa se toman en cuenta varios aspectos uno de ellos es la organización, esta consiste en la división de la empresa, por áreas a las cuales se encargarán de una tarea en específico. La organización cumple una tarea importante para el buen desempeño de la institución, de esta manera al dividir en diferentes departamentos se puede conseguir un mejor desempeño al momento de designar funciones.

1.1.2 La integración.

Ponce, (2000). "Es obtener y articular los elementos materiales y humanos de la organización la planeación señala como necesarios para el adecuado funcionamiento de un organismo social". Pag.256

La integración en si es el punto de unión entre lo dinámico y lo estático, lo teórico y lo práctico. La integración cuenta con los siguientes principios:

Los principios de la integración de personas.

- Hombre adecuado para puesto adecuado.
- La provisión de elementos administrativos
- La importancia de la introducción adecuada

Principios de la integración de las cosas:

- Del carácter administrativo de esta integración.
- Del abastecimiento oportuno.
- De la instalación y mantenimiento

1.1.3 Dirección.

Ponce, (2000). "Es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sean tomadas directamente, con más frecuencia, delegando dicha autoridad, y se vigila simultáneamente que se cumplan en la forma adecuada todas las órdenes emitidas. Pag.305

La dirección es la parte esencial de la administración, pone en marcha los aspectos tomados en la planificación y organización, a través de ella se pueden lograr mejoras en la conducta en los miembros de la estructura organizacional, la calidad de la dirección se mide mediante el logro de los objetivos, la implementación de métodos y la eficacia de los sistemas de control. Gracias a ella se establece la comunicación necesaria para que la organización funcione.

1.1.4 Control.

Ponce, (2000). "Es la medición de los resultados actuales y pasados, en relación con los esperados, ya sea total o parcialmente, con el fin de corregir, mejorar y formular nuevos planes" Pag.355. El control en una organización se encuentra presente en cada una de las áreas, puede ser aplicado antes, durante o al finalizar una actividad dependiendo del momento en que se aplique se clasifica en:

- **Control preventivo:** se enfoca en prevenir los problemas previstos, consiste en tomar una acción antes de que se presente algún problema.
- **Control concurrente:** se realiza en el transcurso de la acción para así poder evitar que los problemas no lleguen a ser tan altos.
- **Control correctivo:** es una retroalimentación realizada cuando la actividad ha finalizado.

1.2 Desarrollo económico.

1.2.1 Definición de desarrollo económico.

A. Samuelson, (2010). "El crecimiento económico es un crecimiento del producto potencial en largo plazo. El crecimiento en el producto per cápita es un objetivo importante del gobierno, porque está asociado con la elevación de los ingresos reales en promedio y los niveles de vida". Pag.226

El crecimiento económico nace debido al aumento del PIB de un país y esto sucede durante un largo período de tiempo, en donde las principales autoridades deben de tener una mayor participación, creando nuevas estrategias que ayuden al incremento de los ingresos, realizar proyectos sociales para de esa manera mejorar la calidad de vida de todos sus ciudadanos, de esta manera generar una economía más sólida dentro del país.

1.2.2 Pilares del crecimiento.

A. Samuelson, (2010). "Los economistas que han estudiado el crecimiento han encontrado que el motor del progreso económico debe sustentarse los mismos cuatro pilares, no importa cuán rico o pobre sea el país" pág. 227.

A través de estudios realizados por economistas el desarrollo económico de un país ya sea rico o pobre dependerá siempre de los cuatro pilares fundamentales para que su economía se mantenga en constante evolución.

Los pilares del crecimiento:

- Recursos humanos: Debe existir una mayor oferta de trabajo.
- Recursos naturales: Materia prima suficiente.
- Capital: Son todos los recursos con los que cuenta un país
- Avances tecnológicos: se refiere a los avances dentro del mundo globalizado.

2. Metodología.

Para lograr los objetivos de la investigación se diseñó una entrevista realizada a 32 empresas del cantón La Libertad, con la finalidad de establecer criterios respecto al

tema de investigación, mediante un muestreo probabilístico, la muestra es finita por eso se utilizó el muestreo aleatorio simple Mario. F, (2013)

2.1. Procesamiento y análisis.

La información se procesó en función de las técnicas utilizada en la investigación. En lo que se refiere a la tabulación, se utilizó el programa estadístico SPSS 19.

3 Resultados.

3.1 Acciones estratégicas como factor clave en el crecimiento empresarial.

Para conseguir éxito dentro de una empresa debe existir coordinación con los que integren y utilizar los recursos necesarios de manera eficaz y eficiente para lograr la máxima productividad mediante el esfuerzo y dedicación de los empleadores y empleados. Se debe establecer una relación entre el individuo y la organización que permita el trabajo eficiente, generando compromiso, lealtad y entusiasmo y satisfacción del trabajo realizado. Todas las actividades se las debe de realizar de forma colectiva; una buena administración conlleva al éxito y alcanzar los objetivos de la organización, en su efecto, la mala administración hace que los objetivos de las empresas no se cumplan de manera correcta y en el tiempo establecido.

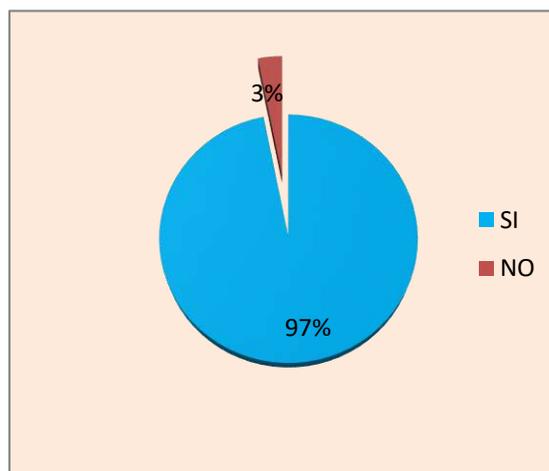


ILUSTRACIÓN No.- 1 Importancia y consideración de los gerentes sobre en emplear acciones estratégicas

La mayor parte de los encuestados consideran que cada empresa tiene que contar con acciones estratégicas sólidas, basadas en las condiciones del entorno, y capacidad empresarial, junto a una correcta planificación para así lograr un buen funcionamiento de la misma, por ende, alcanzar un desarrollo organizacional. Las

empresas deben consolidar acciones que permitan potenciar las oportunidades del entorno, y minimizar amenazas.

3.2 Estructura organizacional y estilos de administración.

El desempeño de los empleados es la base importante para desarrollar la efectividad de una entidad, por esta razón hay un constante interés de las empresas por mejorar el desempeño de los empleados a través de continuos programas de capacitación y desarrollo, que permita brindar un clima laboral de calidad. El éxito depende en gran medida de los administradores, ya que son los encargados de la toma de decisiones y de la implantación de estrategias de una empresa, si ellos realizan bien su trabajo es probable que la organización alcance sus metas.

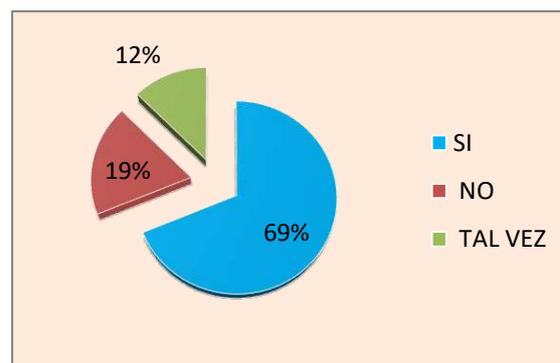


ILUSTRACIÓN No.- 2 Consideración sobre la importancia de la estructura organizativa para alcanzar la efectividad administrativa

La mayor parte de las empresas encuestadas del cantón La Libertad si poseen una buena estructura organizacional, porque les permite tener una mayor eficiencia en cuanto a las actividades que realice, mientras que un 19% no cuentan con una departamentalización adecuada por la falta de recursos y tan sólo un 13% tienen muy pocos departamentos.

3.3 Efectividad organizacional en base a la gestión administrativa.

Una organización tiene un buen desempeño cuando equilibra factores como: la eficacia y la eficiencia a la vez. Grado en el que alcanza los objetivos acordados para mantener su viabilidad financiera. y dependerán de las estrategias que se pretenda implementar en la organización para lograr tener éxito. Y estas a su vez ofrecen ventajas competitivas. Se debe integrar una serie de componentes, tales como: el talento, la estructura, el ambiente de negocio y los resultados esperados de la organización.

La mayor parte de las empresas del cantón La Libertad en base a las acciones estratégicas que implementan se mantienen en el desarrollo organizacional, debido que no analizan de forma correctas las condiciones del mercado, por ende no implementan acciones estratégicas oportunidad para fortalecer factores críticos de éxitos; sin embargo, existen empresas que al implementar acciones sólidas como parte de una gestión administrativa eficiente alcanzan un crecimiento empresarial que favorece el desarrollo organizacional.

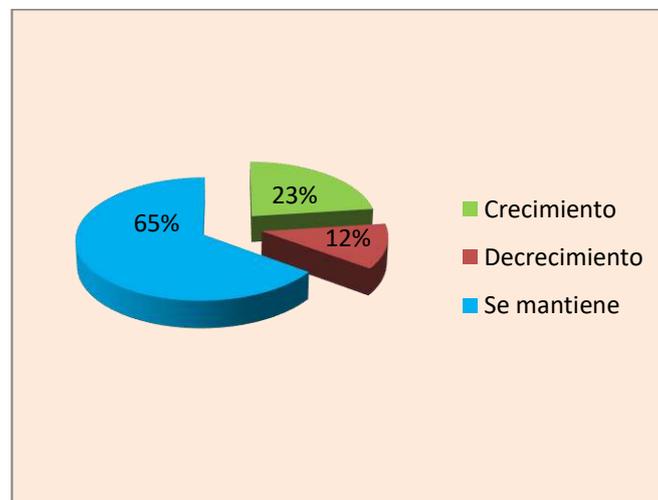


ILUSTRACIÓN No.- 3 Desarrollo organizacional en base a la gestión administrativa

4. Discusión de resultados.

4.1 Proceso administrativo como generar de la efectividad administrativa.

Münch, (2005). Es una metodología que permite al administrador, gerente, ejecutivo, empresario o a cualquier persona, manejar eficazmente una organización, que consiste en dividir a la administración en un proceso integrado por varias etapas. El proceso administrativo son técnicas que se utilizan para generar un buen funcionamiento de una empresa, en el cual deben de basarse en la planificación, control, dirección, organización e integración. Cada una de estas etapas cumplen una función en específico, por tal motivo es de vital importancia seguir un orden para que los objetivos planteados puedan cumplirse.

4.2 Acciones estratégicas como pilar fundamental del desarrollo económico.

A. Samuelson, (2010). Los economistas que han estudiado el crecimiento han encontrado que el motor del progreso económico debe sustentarse los mismos cuatro pilares, no importa cuán rico o pobre sea el país” pág. 227

El desarrollo económico de una empresa está ligado a los cuatro pilares fundamentales de un país, estos se refieren al recurso humano, los recursos naturales, los avances tecnológicos, el capital. Además, cada empresa debe de tener diversas estrategias para enfrentar los diversos factores externos que podrían afectar su economía, para esto deben manejar la fase esencial de la gestión administrativa que es la planeación, esto les permitirá tener una mejor visión y crear estrategias para enfrentar los problemas que podrían afectar su desarrollo económico.

5. Conclusiones.

- La mayor parte de gerentes de las empresas de Santa Elena aseguran que por medio de una gestión administrativa eficaz su empresa podrá mejorar en todos los aspectos, de igual manera más del 50% de estas organizaciones cuentan con una estructura organizacional de acuerdo sus necesidades, que les permite un mejor funcionamiento, por medio de la motivación a sus empleados las empresas logran un mejor rendimiento de parte de ellos.
- Los empleados son evaluados en diferentes aspectos los cuales son de vital importancia, también podemos observar que el precio de los productos varía dependiendo, en su mayoría por el precio en el mercado, el manejo administrativo de las empresas ha logrado que su desarrollo se encuentre en crecimiento, y en unos sectores se logre mantener.
- El capital en la mitad de las empresas encuestadas se ha mantenido en aumento en el último año, los procesos internos les permiten mantener flujos que les permiten una mayor eficiencia en su actividad, los recursos económicos de estas empresas en su mayoría son invertidos a la compra de materia prima y el pago a sus proveedores.
- Un gran porcentaje de las empresas encuestadas en la provincia de Santa Elena no cuentan con una departamentalización adecuada, lo que dificulta la existencia de procesos internos, por ende, no se genera fluidez en las actividades que planifica realizar la empresa.

6. Bibliografía.

- [1] A.Samuelson, D. (2010). *Macroeconomía con aplicaciones a latinoamérica*. México D.F.: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- [2] Córdova Padilla, M. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Eco Ediciones.
- [3] Fayol, H. (1987). *Administración Industrial y General. Principios de la Administración Científica*. Paris: El Ateneo. Décima Edición. Buenos Aires / Argentina. ISBN: 950-02-3540-4.
- [4] Gilli, J. J., & et.al. (2007). *Diseño organizativo: estructuras y procesos*. Buenos Aires: Granica S.A. ISBN: 978-950-641-514-3.
- [5] Lusthaus, C., Adrien, M.-H., Anderson, G., & Carden, F. (2001). *Mejorando el desempeño de las organizaciones*. México: IDRC/ETCR.
- [6] Münch, L. (2005). *Administración y estilos de gestión* . Mexico : Editorial Trillas, S.A. de C.V. .
- [7] Münch, L. (2005). *Administración y estilos de gestión* . Mexico : Editorial Trillas, S.A. de C.V. .
- [8] Ponce, A. R. (2000). *Administración de empresas Teoría y Practica Segunda Parte*. México : Editorial Limusa, S.A. de C.V. Grupo Noriega Editores .

018. LAS ISLAS COMO IDEA DE EMPRENDIMIENTO EN LOS CENTROS COMERCIALES: CASO RIOCENTRO SHOPPING CEIBOS.

Autores:

Ing. Nathaly Vanessa Ortega Avilés

Ingeniera en Administración de Empresas
Universidad Tecnológica ECOTEC
nathalie_ortega@hotmail.com

CPA Rafael Eduardo Ron Amores, MAE

Contador Público Autorizado,
Magíster en Administración y Dirección de Empresas
Universidad Tecnológica ECOTEC.
eron@ecotec.edu.ec

Resumen

Los Centros Comerciales son una forma de negocio que en el Ecuador va cada día en aumento, el primero en crearse en la ciudad de Guayaquil fue el Policentro, luego de este vinieron otros. En 1997, se inauguró el Riocentro Shopping Ceibos, ubicado en la Avenida del Bombero vía a la Costa, lugar en el cual se realizó el presente estudio para determinar los factores que inciden en la no sostenibilidad en el tiempo de los emprendimientos de islas comerciales, durante el periodo 2014-2015. La rotación de islas es un problema que afronta constantemente el departamento de comercialización de la Corporación El Rosado, institución administradora de estos centros comerciales, ya que existe una alta rotación, se desocupan uno a dos espacios promedio por mes, el mismo que debe ser reemplazado lo antes posible, dicha problemática llevó a plantearse la siguiente interrogante ¿cuáles son los factores que inciden en la no sostenibilidad en el tiempo de los emprendimientos en los Centros Comerciales?. Para responderla, se sistematizaron los aspectos teóricos que se relacionen con el tema, luego se procedió a diagnosticar los factores, y finalmente, se diseñaron estrategias y recomendaciones que aportan a la sostenibilidad en el tiempo de los emprendimientos de estudio.

Palabras clave: Islas, emprendimiento, centros comerciales

Abstract

Shopping centers are a form of business in Ecuador is increasing every day, the first to be created in the city of Guayaquil was the Policentro after this came another. In 1997, the Riocentro Ceibos Shopping was inaugurated, located on Avenida del Bombero way to the coast, place where the present study was conducted to determine the factors that affect the unsustainability time of the enterprises of commercial islands, during the period 2014-2015. Rotation of islands is a problem

that constantly faces the marketing department of the Corporación El Rosado administering institution of these shopping centers, as there is a high turnover, will vacate one to two average space per month, the same should be replaced as soon as possible, this problem led to ask the following question what are the factors that affect unsustainability in time of the enterprises in the Malls are? To answer it, the theoretical aspects that relate to the topic systematized, then proceeded to diagnose the factors, and finally, strategies and recommendations that contribute to the sustainability over time of the study projects were designed.

Keywords: Shop, start business, mall

1 Introducción

Guayaquil se ha caracterizado por ser una ciudad dedicada al comercio, conocida como la capital económica del Ecuador. Es escenario de grandes emprendedores y emprendedoras en todos los ámbitos comerciales. Su crecimiento ha promovido la expansión de diversos consorcios y empresas. Tal es el caso de Corporación El Rosado, su historia se inició en el año 1963. Actualmente, es una de las empresas más grandes e importantes del Ecuador, generando miles de plazas de trabajos en sus actividades de diversas líneas de negocio. La Corporación posee cadenas de supermercados, jugueterías, tiendas por departamentos, home centers, centros comerciales y restaurantes distribuidos en las ciudades más importantes del país. En cuanto a los centros comerciales, los principales son los Riocentro Shopping en la ciudad de Guayaquil, tales como Riocentro Entrerios, Sur, Ceibos, Norte y El Dorado, instalados estratégicamente en diferentes sectores de la ciudad, en donde además se promueve a los nuevos emprendedores a través de locales comerciales e islas.

Un concepto importante de definir dentro de este estudio es la rotación, que de acuerdo al Diccionario de Marketing (1999) lo define como:

Ritmo de ventas de un producto, expresado como la cantidad de unidades vendidas en un determinado periodo de tiempo. La rotación de un producto señala, indirectamente, su éxito en el mercado. Este indicador sirve, entre otras cosas, para tomar decisiones sobre la cartera de productos a promocionar por parte de la compañía, es decir de la elección del mix de productos (p.302).

Esta investigación se realizará en el Riocentro Shopping Ceibos, que se encuentra ubicado en la Avenida del Bombero, vía a la Costa, a la altura de los Km 6 y 7, en la ciudad de Guayaquil. El mismo que fue inaugurado el 31 de octubre de 1997. Actualmente cuenta con 120 locales comerciales, incluidos los locales del patio de comidas y 44 espacios entre islas y kioscos. El Departamento de Comercialización de Corporación El Rosado, es el encargado de la comercialización de estos

espacios dirigidos a personas y compañías que se interesen por formar parte de la cadena de Centros comerciales Riocentro Shopping.

Antecedentes

Los centros comerciales tienen su origen en el año 107 al 110 d.C. cuando Trajano encargó a su arquitecta favorita, Apolodoro de Damasco, la construcción de una gran área comercial ubicada en la ladera de una de las siete colinas de Roma. Él se encargó de levantar el Mercado de Trajano, un lugar que disponía de 150 tiendas en las que se vendían alimentos, marisco, aceite, frutas y verduras. Contaba con seis plantas, en las altas había oficinas y en las inferiores se ubicaban las tiendas. (Revista de Historia, 2015)

En los inicios los centros comerciales eran lugares abiertos, luego por el año 1960 se inicia la construcción de lugares cerrados, pensando en poder captar una mayor cantidad de personas que los visiten. También se considero que existía entre las personas cierta resistencia a abrir las puertas de las tiendas en los centros comerciales, mejor conocido como la "Teoría de la resistencia del umbral", como una solución para esto se piensa que se deben construir lugares cerrados que incluyan aire acondicionado, esto ayudaría a crear un ambiente agradable y resolvía la resistencia de las personas a abrir las puertas, pues de esta manera todos los locales podrían tener las puertas abiertas. En este momento juegan mucho los aspectos psicológicos para influenciar a las personas. (Revisión Interior, 2011)

Como referencia de un centro comercial de Guayaquil, podemos tomar al primero que se construyó en la ciudad, Policentro, que fue inaugurado con la presencia del Presidente de la República Jaime Roldós Aguilera, el 25 de julio de 1979, con ocasión de las fiestas de fundación de la urbe porteña. La idea de su construcción fue del arquitecto Juan Péndola, alcalde de la ciudad en ese entonces, y se debe al italiano Lino Jemi junto a varios empresarios ecuatorianos en una época en la que se multiplicaban los negocios debido al auge del petróleo en el país. Su construcción costó 400 millones de sucres, con un área de 60 mil metros cuadrados, 150 locales y capacidad para 1.050 vehículos. (Diario El Universo, 2002)

Citando al autor César Bernal (Problema de investigación, 2010) quien explica científicamente lo siguiente: "problema es todo aquello lo que se convierte en objeto de reflexión y sobre el cual se percibe la necesidad de conocer y, por tanto, de estudiar".

Se debe de describir de una manera amplia la situación del objeto de estudio, ubicando en un contexto que se pueda comprender su origen y relaciones. En el caso del tema de estudio, se debe conocer de manera específica el objeto de Riocentro Shopping de la ciudad de Guayaquil.

Debido a la alta rotación de islas que se da en el Riocentro Shopping Ceibos de la ciudad de Guayaquil y para proceder a abordar este tema nos surge la pregunta, ¿Cuáles son los factores que inciden en la no sostenibilidad en el tiempo de los emprendimientos en los Centros Comerciales?

El presente estudio pretende determinar los factores que inciden en esta problemática, una vez establecidos se buscara diseñar planes de mejora que contribuyan a la sostenibilidad en el tiempo de este tipo de negocios.

El presente trabajo buscar explicar los factores que inciden en la rotación de la concesión de islas el Riocentro Shopping Ceibos, y establecer estrategias que contribuyan a la sostenibilidad en el tiempo de los emprendimientos en el Centro Comercial.

El aspecto innovador de esta investigación radica en presentar un tema que no ha sido estudiado a profundidad y que, de acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación, se propongan mejoras en el proceso de captación de una nueva cartera de clientes para Riocentro Shopping Ceibos.

El estudio determinará la situación actual de este tipo de negocios, en donde varias empresas del Ecuador ya han establecido sus objetivos para llegar aquellos nuevos clientes. Además, se buscará establecer estrategias que contribuyan a que estos negocios se mantengan más tiempo en el Centro Comercial, y así disminuir de alguna manera a la rotación que sufren estos negocios.

Según la Dra. Rosa Jiménez Paneque (Niveles de investigación, 1998) explica lo siguiente: “Los estudios descriptivos se sitúan sobre una base de conocimientos mas solida. El problema científico ha alcanzado cierto nivel de claridad, pero aún se necesita información para poder llegar a establecer caminos que conduzcan al esclarecimiento de relación causales”.

Para llegar a la solución del problema se necesita realizar un estudio de los negocios tipo isla. Es necesario describir como se da actualmente este proceso, revisar estadísticas de años anteriores, analizar la rotación que se da en otros Riocentros para compararlos y finalmente establecer planes de mejora.

De acuerdo con el autor Hugo Garcés Paz (La correlación, 2000) comenta: “Se llama correlación a la relación que existe entre dos variables de modo que la variación de la una, lleva necesariamente a la variación de la otra”. El tema de estudio consiste en dos variables, en donde una es independiente y la otra es dependiente. La variable independiente es la rotación de islas y la variable dependiente los planes de mejora que se establezcan para conseguir que estos negocios sean sostenibles en el tiempo.

2 Desarrollo

Basados en algunos autores que han marcado significativamente con sus aportes en cuanto al emprendimiento, destacaremos aquellos que han contribuido al tema. Las primeras contribuciones las encontramos en la figura del economista irlandés Richard Cantillon (Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general, 1996), quien introduce el término francés "entrepreneur" que traducido al español significa "empresario". Para el Cantillon el término "entrepreneur" es aquella persona que adquiere medios de producción a cierto precio para obtener bienes que se venderán en el mercado comprometiendo sus costos. En un inicio este término hacía referencia principalmente a quienes iniciaban proyectos de construcción.

En síntesis, se puede pensar que todos estos autores consideran el énfasis en las diferencias de las funciones entre el Capitalista y el empresario haciendo mayor referencia a este último.

La palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo luego utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente y que actualmente se refiere además a la actitud que debe poseer una persona proactiva. (Marquez, 2010)

2.1. El empresario innovador de Schumpeter

De acuerdo a Joseph Schumpeter (1978, pág. 85), el empresario es reconocido como el empresario innovador, de aquí se puede establecer una diferencia entre la dirección de la empresa y la capacidad empresarial. La capacidad empresarial se asocia "a lograr innovaciones como la introducción de métodos o productos que carecen de precedentes en el marco de los conocimientos del empresario y que se propone aumentar el producto por unidad de insumo, aún después de haberlo maximizado con las tecnologías conocidas".

Con el paso del tiempo el término emprendedor ha ido evolucionando y se ha referido con la persona en un estado de cambios permanentes, motivada y ligada con una tarea, que consigue características de planeación y ejecución, proclive al riesgo, y a la vez esquiva al entendimiento de sus propias dinámicas.

2.2. El emprendimiento en la época contemporánea

De acuerdo a al autor Peter Drucker (La innovación y el empresario innovador, 1991), quien continuó desarrollando y adecuando el contexto del cambio del entorno

el empresario innovador Schumpeter; deben existir *entrepreneurs* en todas las empresas con el objetivo de que desarrollen hábitos de aprendizaje continuo, de flexibilidad de adaptación como algo normal y como una oportunidad.

En contraste, la Escuela Austriaca rechazó las ideas de Schumpeter, entre ellos Ludwig Von Mises, Friedrich Hayek e Israel Kirzner. De manera general, ellos consideraban la actividad económica como resultado de actividades intencionadas que actúan en un entorno vulnerable y en el cual el futuro es desconocido y no existe información certera (Castillo, 1999, pág. 6).

Según nuestra apreciación, se puede indicar que emprendimiento es la capacidad que tienen ciertas personas para identificar oportunidades de negocio en el mercado de las que en un futuro puedan obtener un beneficio económico. El emprendimiento es un término muy común en esta época, debido a los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, lo que ha creado en las personas la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores. Esto se ve reflejado claramente en los negocios instalados en los Centros Comerciales tales como islas o locales en donde a diario personas le apuestan a este tipo de emprendimientos para lograr sus objetivos.

Como un ejemplo de emprendimiento dentro de los Centros Comerciales surgen los negocios tipo isla dentro de los mismos. Lo cual consiste en otorgar a una persona o empresa un espacio para que ponga en funcionamiento su negocio o emprendimiento. Se puede decir también que este término se refiere al esfuerzo que una persona pone por alcanzar metas y objetivos propuestos a que le permiten desarrollarse e ir más allá de los límites. De acuerdo a Castillo, A. (1999, pág. 4) indica que:

Fue Schumpeter, profesor de Harvard, quien se utilizó por primera vez el término para referirse a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados. Contraponiéndose a esta teoría, la escuela austriaca manifestó una discrepancia con respecto al término, pues muchos emprendedores lograban mejorar y hacer más eficientes la red comercial, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas.

Emprender en el Ecuador no es igual que hacerlo en países denominados del primer mundo, tampoco es lo mismo si lo hace una persona que terminó el colegio comparada a otra que terminó la universidad o que posee amplios conocimientos de cursos de maestrías. (Marquez, 2010)

La presente investigación pretende evaluar la sostenibilidad que tienen los negocios tipo islas durante el periodo 2014-2015 en el Riocentro Shopping Ceibos, el mismo que se encuentra ubicado en la Avenida del Bombero, vía a la Costa, a la altura de

los Km 6 y 7, en la ciudad de Guayaquil. El mismo que fue inaugurado el 31 de octubre de 1997. Actualmente cuenta con 120 locales comerciales, incluidos los locales del patio de comidas y 55 espacios entre islas y kioscos. El Departamento de Comercialización de Corporación El Rosado, es el encargado de la comercialización de estos espacios dirigidos a personas y compañías que se interesen por formar parte de la cadena de centros comerciales Riocentro Shopping.

2.3. Materiales y métodos

Para esta investigación se utilizará el tipo de investigación exploratorio-descriptivo ya que el tema de concesión de islas no ha sido investigado profundamente en el Ecuador, se escoge el método exploratorio que según Hernández, Fernández y Baptista (Metodología de la Investigación, 2010, pág. 79) "es el que se utiliza cuando se desea investigar sobre un tema poco estudiado, del cual se tiene muchas dudas". Descriptivo porque se desea dar a conocer los distintos detalles o características que influyen en la rotación de la concesión de las mismas. Por lo que Hernández, et al (2010, pág. 80) indica que el estudio descriptivo especifica características, propiedades o rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, así como las tendencias de un grupo o población en particular.

De acuerdo a lo indicado en la hipótesis anterior, el enfoque de esta investigación será cualitativo, y se procederá a realizar encuestas a los concesionarios de las islas en el Riocentro Shopping Ceibos.

2.4. Análisis e Interpretación de resultados

Para la elaboración de esta sección en primer lugar se ha realizado una investigación analítica enfocándose en cada una de las partes, entender cada una de las variables de manera independiente, para luego relacionar una variable con la otra para lograr a un método inductivo, observando las antecedentes del tema de estudio y alcanzar conclusiones.

Para la aplicación de la encuesta, se la realizó a 40 de los 44 concesionarios de islas en el Riocentro Shopping Ceibos, de los cuales el 52% sus propietarios o administradores pertenecen al sexo masculino.

La mayoría de los encuestados corresponden a concesionarios que se han mantenido en el Centro Comercial por más de 5 años que representan el 25%, seguido de un 22% quienes indican se han mantenido por aproximadamente 2 años. La minoría de los encuestados son Concesionarios que se encuentran en el Centro Comercial entre 2 y 3 años.

Posteriormente se consultó a los encuestados sobre su percepción a que si son rentables los negocios que se ubican en los centros comerciales, obteniendo como respuesta que el 34% lo considera muy rentable, el 53% lo considera medianamente rentable y apenas el 13% lo considera poco rentable.

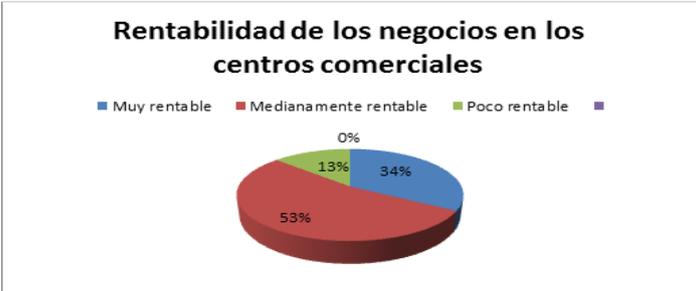


Gráfico 1

Fuente: Encuestas elaboradas por los autores
Elaborado por: Autores

La siguiente pregunta buscó obtener la información de los concesionarios si ellos consideran si sus negocios son sostenibles o no en el tiempo, obteniendo como respuesta que el 62% de los encuestados lo considera muy sostenibles y medianamente sostenibles.

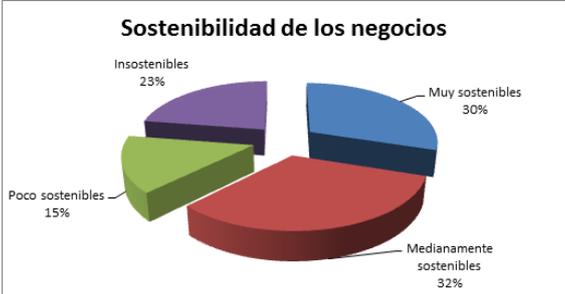


Gráfico 2

Fuente: Encuestas elaboradas por los autores
Elaborado por: Autores

En otra de las preguntas se consultó los aspectos que consideraban debían tomar en cuenta al montar un negocio, tipo isla, en un centro comercial, cuyas respuestas permitieron determinar que los costos fijos son el factor que mayormente afecta a quienes los poseen, entre los que se incluyen el valor del alquiler de la concesión del local. Otro factor importante es el target al que el negocio va dirigido que en muchos casos no se enfoca de manera correcta y por ello muchos negocios fracasan. Como el factor menos considerado se encuentra el riesgo del negocio.

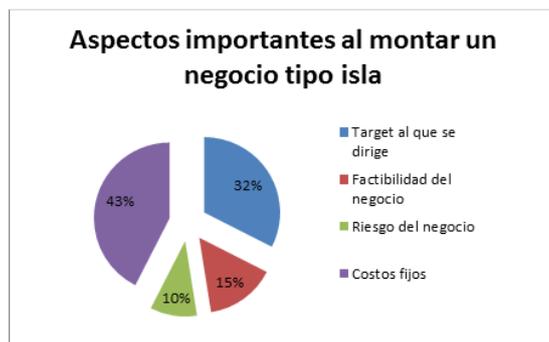


Gráfico 3

Fuente: Encuestas elaboradas por los autores

Elaborado por: Autores

Otros aspecto que se consultó en las encuestas es el motivo que consideran para que fracasen los negocios tipo isla en los centros comerciales, ante lo cual se obtuvo como respuesta que los altos costos de operación son el factor por el cual fracasan en su mayoría los negocios, en un menor porcentaje consideran que otro aspecto que afecta es la falta de estudio de factibilidad al momento de instalar un negocio y como último aspecto se considera la ubicación del espacio dentro del centro comercial.



Gráfico 4

Fuente: Encuestas elaboradas por los autores

Elaborado por: Autores

Finalmente los encuestados proporcionaron información sobre el factor más importante para que los negocios que han permanecido en el Centro Comercial se mantengan en el tiempo, obteniendo como respuesta que principalmente es la innovación de productos. Muy pocos acotan que la inversión propia en publicidad es importante, lo cual es un indicador importante para el diagnostico de esta investigación.

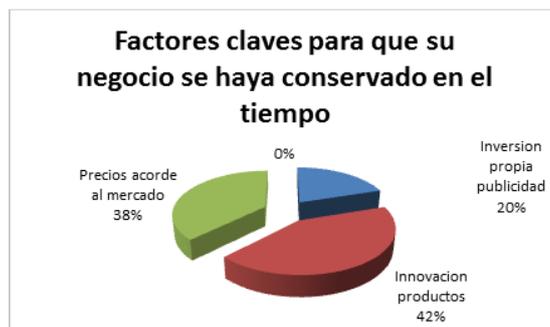


Gráfico 5

Fuente: Encuestas elaboradas por los autores

Elaborado por: Autores

Adicionalmente se entrevistó a la Gerente de Marketing de la cadena de centros comerciales Riocentro Shopping para conocer sus puntos de vista del tema. Nos dio a conocer que todos los concesionarios reciben comunicaciones mensuales vía correo donde se les da a conocer las actividades que se llevaran a cabo en cada Riocentro, la participación de en estas actividades es opcional para cada uno y no tiene costos adicionales. Lo cual representa una ventaja para quienes desean aprovecharlo ya que no deben invertir en este rubro que les generara nuevos clientes y por ende posibles ventas. Además cada concesionario recibe material publicitario tales como habladores para el counter, adhesivos y se realizan publicaciones sobre el evento en la página web y cuentas de redes sociales del Centro Comercial. En el interior del Centro Comercial se realizar la instalación de la campaña POP en ascensores, escaleras, banners, etc.

Para la entrevistada, la rotación en el Centro Comercial se da por diversas razones, entre ellas nos indica que según su percepción "se encuentra mucho de lo mismo" lo cual demuestra la falta de innovación en los negocios que ingresan al Centro Comercial. Esto es también responsabilidad del Departamento de Comercialización de Riocentro Shopping quienes son el filtro más importante para que los negocios ingresen al Centro Comercial que al no encontrar nuevas opciones, deciden por permitir el ingreso de los Concesionarios.

También nos indica que hay muchos negocios que deciden ingresar en islas, pero su giro de negocio no se adapta a este formato por lo que no funcionan y en poco tiempo fracasan. Otra razón que considera importante es que de manera general los Concesionarios no invierten mayormente en publicidad, muchos lo consideran un gasto innecesario otros indican que esto no es un factor que genera mayores cambios en sus ventas por lo que no invierten en este rubro.

Otro factor que incide en cuanto al éxito a largo plazo que pueda tener una isla en el Centro Comercial explica que es que el precio de los productos es muy elevado en las islas, en algunas ocasiones se encuentran los mismos precios en las islas y en los locales, la gente tiene la percepción de que si buscas un producto en una isla el

precio será más económico que cuando se lo adquiere en un local, lo que no se ocurre en la mayoría de las ocasiones.

De esta entrevista es importante resaltar los siguientes puntos, que serán claves para las conclusiones y recomendaciones que se establezcan en el presente proyecto:

-Falta de innovación en los negocios establecidos en islas en Riocentro Shopping Ceibos.

-Concesionarios no invierten ni participan en campañas de Publicidad.

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas en el presente trabajo de investigación y a los objetivos planteados en un inicio, se presenta la propuesta que se detalla a continuación.

a) Mejoramiento del proceso de selección de emprendimientos que ingresan a Riocentro Shopping Ceibos.

En esta etapa se verían involucrados el Ejecutivos del Departamento de Comercialización y la Gerencia Comercial, quienes deberán establecer mejores filtros para la selección de nuevos negocios que ingresen el Centro Comercial. Buscando negocios que sean diferentes y que por su innovación llamen la atención de quienes visitan el Centro Comercial.

Sería que gran importancia que no solo se analice la línea de venta que el cliente propone, el análisis a detalle de los proyectos sino también se debería exigir la presentación de un estudio de mercado y factibilidad del negocio de acuerdo al Centro Comercial.

Con esta exigencia la responsabilidad del éxito del negocio no recaería únicamente sobre los ejecutivos de Corporación El Rosado sino también de los interesados por ingresar al Centro Comercial.

b) Establecer alianzas estratégicas con agencias de publicidad.

El Departamento de Marketing de Corporación El Rosado sería el encargado de la ejecución de esta etapa de la propuesta en la que se pretende se establezcan alianzas estratégicas con Agencias de publicidad de la ciudad para que ofrezcan tarifas especiales exclusivamente a los Concesionarios de los Riocentros.

Con esto podremos conseguir una mayor realización de campañas de publicidad y marketing de los Concesionarios de Riocentro Shopping Ceibos.

c) Realización de campañas agresivas de publicidad y marketing con participación obligatoria de los Concesionarios.

De manera general Corporación El Rosado debería invertir en una campaña institucional agresiva e innovadora de marketing y publicidad, no solo dentro del Centro Comercial sino por los diferentes medios de comunicación, esto es radio, prensa escrita y televisión, exigiendo de manera obligatoria la participación de los Concesionarios en las mismas.

3. Conclusiones

Es importante recordar que en los últimos años el crecimiento de los Centros Comerciales en la ciudad de Guayaquil ha sido exponencial. Desde el primero que surgió en el año 1979, hoy en día suman alrededor de 50 en la ciudad y cantones cercanos a Guayaquil. Además de otros proyectos que se encuentran en construcción.

En el presente tema de investigación se debe resaltar que el principal problema era el conocer cuáles son los factores que inciden en la no sostenibilidad en el tiempo de los emprendimientos en los Centros Comerciales. Mediante las encuestas realizadas a Concesionarios del Centro Comercial podemos indicar que la rentabilidad de los negocios tipo islas es muy buena, por ello muchos negocios se han mantenido en el tiempo. Un 62% cree que los negocios son muy sostenibles y medianamente sostenibles. Es importante señalar que del total de los encuestados un 22% han logrado que sus emprendimientos se mantengan por aproximadamente cinco a seis años.

Además, se pudo conocer que el factor más importante y que se debe tener en cuenta al momento de montar un negocio tipo isla son los costos fijos pues en el tiempo es un aspecto que influye de gran manera a la rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo de estos negocios.

Otro aspecto importante que se debe tener en consideración es dirigirse al target correcto, en muchas ocasiones ha ocurrido que por la premura de instalar el negocio no se realiza un buen estudio de factibilidad y los Concesionarios intentan ingresar con su negocio al Riocentro que tiene disponibilidad en el momento sin analizar si su producto va acorde al target. Esto se puede convertir en un grave error ya que causara que en pocos meses el negocio fracase y se deban cubrir estos déficits con ventas de puntos donde el negocio funciona.

El tema del marketing y publicidad con el que aporta el Centro Comercial se considera que aporta poco al funcionamiento y sostenibilidad en el tiempo de los negocios en el Riocentro Shopping. Se debe analizar si las comunicaciones que realiza el Departamento de Marketing de los Riocentro llegan a los Concesionarios y

si el cliente final las recibe de manera exitosa. También es importante que se realicen campañas modernas e innovadoras para que de esta manera los clientes se sientan atraídos por acudir al Centro Comercial. Pero no se trata únicamente de una labor del Departamento de Marketing, esto debe ser un trabajo que se realice en conjunto con los Concesionarios para así conseguir un mayor alcance de las campañas que se realicen. De acuerdo a las encuestas los negocios que se han mantenido por más años en el Centro Comercial indican que un factor importante para que su negocio se haya mantenido en el tiempo es la inversión propia en publicidad además de la innovación en sus productos.

4. Recomendaciones

Teniendo como objetivo el diseño de estrategias que contribuyan a la sostenibilidad en el tiempo de los emprendimientos en Riocentro Ceibos de la ciudad de Guayaquil, se recomienda tomar en cuenta los siguientes puntos para que los negocios se mantengan por más tiempo en el centro comercial.

- Analizar con detalle los proyectos de los negocios que ingresen al Centro Comercial.
- Establecer alianzas estratégicas con agencias de publicidad que permitan a los Concesionarios del Centro Comercial acceder a planes de Marketing y Publicidad para los negocios que se desarrollen en la cadena de Riocentros exclusivamente.
- El Departamento de Comercialización debe establecer nuevos filtros para la selección de nuevos negocios que ingresen al Centro Comercial, donde se exija la presentación de un estudio de mercado y de factibilidad del negocio.
- Realización de campañas más agresivas e innovadoras, exigiendo que los Concesionarios participen de manera obligatoria en estas actividades.

Referencias Bibliográficas

- Bernal, C. A. (2010). Problema de investigación. En C. A. Bernal, *Metología de la investigación* (págs. 88-95). Colombia: Prentice Hall.
- Cantillon, R. (1996). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Castillo, A. (1999). *Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento*. Santiago de Chile: First Public Inc. Chile S.A.
- Claydon, M. (Productor). (2008). *El Poder de los Centros Comerciales* [Película]. Canadá.
- Diario El Universo. (22 de Julio de 2002). *POLICENTRO, un eje comercial pionero*. (G. Viteri, Editor) Recuperado el 2016 de Abril de 04, de [www.eluniverso.com: http://www.eluniverso.com/2002/07/22/0001/18/261CED45C3A04F069752B03E652B69BA.html](http://www.eluniverso.com/2002/07/22/0001/18/261CED45C3A04F069752B03E652B69BA.html)
- Drucker, P. (1991). *La innovación y el empresario innovador*. España: Editorial Edhasa España.
- Garcés Paz, H. (2000). La correlación. En H. Garcés Paz, *Investigacion Cientifica* (págs. 175-177). Quito- Ecuador: Abya-Yala.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodologia de la Investigacion* (Quinta ed.). Mexico D.F., Mexico: Mc Graw-Hill.
- Jiménez Paneque, R. (1998). Niveles de investigación. En R. Jiménez Paneque, *Metodologia de la investigacion* (págs. 12-13). La Habana: Ciencias Médicas.
- Marquez, F. (2010). *Ecuador ¿Pais de emprendedores?* Guayaquil: Universidad Ecotec.
- Revisión Interior. (14 de 02 de 2011). *Seducir al consumidor - El poder de los centros comerciales*. Obtenido de <http://www.inshop.es/2011/02/seducir-al-consumidor-el-poder-de-los.html>
- Revista de Historia. (08 de 04 de 2015). *Mercado de Trajano, precursor de nuestros Centros Comerciales*. Recuperado el 19 de 04 de 2016, de <http://revistadehistoria.es>: <http://revistadehistoria.es/mercado-de-trajano-precursor-de-nuestros-centros-comerciales/>
- Schumpeter, J. (1978). *La Teoría del Desenvolvimiento Economico*. México: Fondo de Cultura Económica.

019. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS DEL CANTÓN LA LIBERTAD.

UNIT MANAGEMENT AND ITS IMPACT ON THE EFFECTIVENESS ADMINISTRATIVE BUSINESS OF CANTON LA LIBERTAD.

Autor:

Collins Ventura Nathyn Victor

Ingeniero en Marketing, cursando maestría en administración y dirección de Empresas, Autor del libro Gestión del CONOCIMIENTO, Emprendimiento, Perspectivas, e Innovación; Autor del libro Tendencias, Gestiones Administrativa, Cambios del Entorno; Coautor del libro Sardina o tiburón, el lado correcto del problema; Autor de artículos de administración y marketing. Docente del Sistema de Admisión y Nivelación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Collinsnat_17@live.com

Resumen

El objetivo de este reporte científico consiste en socializar la incidencia de la gestión administrativa en el desempeño organizacional de las empresas del cantón La Libertad. La contribución teórica radica en la concepción de la teoría y práctica del sistema de enseñanza-aprendizaje atendiendo al contexto, la definición y caracterización de la gestión administrativas de las empresas, con el fin de determinar los distintos factores que aportan al desarrollo organizacional. Se implementó una investigación de observación descriptiva, dirigida a las empresas del cantón La Libertad, para conocer la situación real, debido que en la actualidad uno de los problemas que afrontan muchas instituciones es la falta de un plan estratégico y el desconocimiento en gestión administrativa, en razón de que muchos de los directivos trabajan de una forma empírica, lo cual no es malo; pero se debe tener en cuenta que nos encontramos en un mundo competitivo por lo tanto se debe estar acorde a las exigencias del mercado, puesto que cualquier institución se mantiene en el mercado gracias a los gustos y preferencias de los clientes; dentro de los resultados de campo obtenidos en el proceso investigativo se encuentran instituciones con un buen órgano definido de dirección, pero pocas acciones estratégicas de planificación.

Palabras Claves: Gestión administrativa, Efectividad administrativa, Control de gestión, Desempeño organizacional, Cultura administrativa.

Abstract

The objective of this scientific report is to socialize the incidence of administrative management in organizational performance of companies in the canton La Libertad.

The theoretical contribution lies in the conception of the theory and practice of teaching and learning system depends on the context, the definition and characterization of the administrative management of enterprises, in order to determine the different factors that contribute to organizational development. an investigation of descriptive observation, aimed at companies of Canton La Libertad, to know the real situation, because that at present one of the problems faced by many institutions is the lack of a strategic plan and ignorance in administrative management was implemented, on the grounds that many of the managers work in an empirical way, which is not bad; but keep in mind that we are in a competitive world therefore must be in line with market requirements, since any institution is maintained in the market thanks to the tastes and preferences of customers; within the field results obtained in the research process are defined institutions with good management body, but few strategic planning actions.

Keywords: administrative management, administrative effectiveness, control of management, organizational performance, administrative Culture.

1. INTRODUCCIÓN.

La gestión administrativa es de vital importancia para que las empresas tengan un funcionamiento estable y, por ende, logren cumplir los objetivos y metas que se propongan, con la finalidad de fortalecer el crecimiento tanto institucional como económico, para ello deben contar con un personal altamente capacitado que sea capaz de desempeñarse de una forma eficaz. La gestión administrativa es en sí, la base principal para que una empresa logre su funcionamiento, ya que si no cuenta con una estructura organizativa no podrá funcionar adecuadamente.

Desde esta perspectiva [1] Palomo, (2002), expresa con relación a la gestión como un “conjunto de actividades o funciones internas de la empresa que son indispensables para su funcionamiento y, por supuesto, para la consecución de sus objetivos” Pág. 65.

Para que las empresas tengan un buen funcionamiento los gerentes o dueños deben aplicar procesos administrativos de forma de correcta, de esta manera se puede generar una buena producción en todas las áreas, originando que la institución esté en el más alto y ser un ejemplo a seguir de las demás empresas que están en el entorno. Además, el proceso administrativo ayuda a que los directivos de una empresa, tomen en cuenta todas las alternativas al momento de tomar decisiones. Para una buena aplicación de la gestión administrativa hay que seguir un proceso integrado por varias etapas, las cuales ayudaran a que la empresa funcione de una manera ordenada.

Cada empresa, en diferentes momentos administrativos, económicos, sociales se ve en la necesidad de cambiar, movilizar, contratar nuevo personal y estas personas tiene el derecho y necesidad de ser informadas, instruidas, capacitadas en todo lo concerniente a sus funciones, tareas e inclusive crear en ellos un sentido de pertinencia y pertenencia por los fines, misión, visión, objetivos e indicadores de la empresa, que permita dar un ambiente y climax laboral dentro y fuera de los comandos de dirección, contacto con los servicios y los clientes. Tampoco olvidar, que las nuevas tendencias globalizantes de la creciente tecnificación a favor de la competitividad, hacen que los procesos de dirección sean más flexibles y sinérgicos; pero, también complejos y especializados; en la que se puede basar en los principios de Fayol para alcanzar el éxito empresarial destacando la disciplina, autoridad y correcta delimitación de funciones Fayol, (1987) [2]

Por esta razón el presente estudio se direcciona a la necesidad de describir acciones, protocolos para cada una de las actividades genéricas dentro de la estructura administrativa, operativa de las empresas del cantón La Libertad, a fines de aportar, ayudar a los administradores, directivos a realizar acciones estratégicas sólidas, que permitan fortalecer el desarrollo organizacional de las empresas que lideran.

1.1 Referentes Teóricos.

En la gestión administrativa se toman en cuenta varios aspectos uno de ellos es la organización, esta consiste en la división de la empresa, por áreas a las cuales se encargarán de una tarea en específico.

La organización cumple una tarea importante para el buen desempeño de la institución, de esta manera al dividir en diferentes departamentos se puede conseguir un mejor desempeño al momento de designar funciones. Por lo cual se puede tomar el postulado de (Münch, 2005) [3], el cual expresa que “el administrador, gerente, ejecutivo, empresario o a cualquier persona, para manejar eficazmente una organización, debe dividir a la administración en un proceso integrado por varias etapas”. Pág. 19

1.1.1 Etapas del proceso administrativo.

La administración y su efectividad requieren de una interrelación de cada una de sus fases o etapas con un objetivo común organizacional, tal como lo propone (Cipriano & González, 2014) [4]

Planeación: se determinan las estrategias de la empresa al analizar el entorno, las políticas, los lineamientos a corto, mediano y largo plazo.

Organización: establecer funciones, reglas, normas para cada una de las personas dentro de la empresa y la disposición de los recursos.

Integración: se relaciona con el punto de unión, de enlace o interrelación entre las acciones dinámicas y estáticas dentro de la empresa; es decir, identificar las personas adecuadas para cada función, asignación y uso adecuado de insumos para el cumplimiento de las funciones y las instrucciones de objetivos.

Dirección: es la parte esencial de la administración ya que pone en marcha los aspectos tomados en la planificación y organización, a través de ella se pueden lograr mejoras en la conducta en los miembros de la estructura organizacional, la implementación de métodos y la eficacia de los sistemas de control.

Control: se encuentra presente en cada una de las áreas, puede ser aplicado antes, durante o al finalizar una actividad dependiendo del momento en que se aplique se clasifica en preventivo, concurrente, correctiva.

1.1.2 Unidad de dirección.

Diseñar y ejecutar programas de actividades que concreten las operaciones y funciones de las personas requiere de la información como elemento administrativo por excelencia; la cual favorece la toma de decisiones, la coordinación entre las

diferentes personas, cargos, niveles. Estos sistemas y unidades de dirección deben prevalecer el crecimiento y autonomía personal, la motivación intrínseca, el aprendizaje, el acceso a la información veraz y oportuna, reducir los niveles jerárquicos en la asignación de tareas autónomas sin perder el campo y perfil ocupacional, el uso de las nuevas tecnologías.

Las acciones deben buscar un fin organizacional de efectividad (hacer las cosas que se deben hacer), eficiencia (hacer las cosas bien con los recursos obtenidos) y calidad (especificaciones técnicas del producto o servicio), de vínculos afectivos socialmente establecidos Puchol, (2012) [5]

1.1.3 Pautas de control.

Cada persona laborando, produciendo en un ambiente gratificante, sano, acogedor asegura que su comportamiento estará dirigido al cumplimiento de los objetivos, fines y propósitos de la empresa; pero más allá del querer hacer y ser; se debe contar con las instrucciones, procesos, políticas que favorezcan la toma de decisiones que en un sistema organizativo se convierten en patrones, por lo cual son programables, sistematizados y facilitan su control.

Entre la gran variedad de pautas de control se tiene los manuales de atribuciones, funciones y roles por cada cargo, discriminar las acciones y protocolos de autorización, centralización en el manejo de insumos, archivos y activos, aseguramiento de la confiabilidad de la información de control. Las personas, la información, las tareas se relacionan con la adaptación y manejo de insumos tecnológicos que a su vez influyen de forma significativa en el modo del cómo realizar la tarea o asignación laboral, transformando en factor espacio y tiempo. Los recursos tecnológicos aportan al control de las unidades de dirección empresariales Gilli & et.al, (2007) [6]

1.1.4 Efectividad administrativa.

En el mercado competitivo en que las empresas se desarrollan, es de vital importancia la reducción de costos para obtener alguna ventaja competitiva sobre otras empresas. Por esta razón, es que las empresas esperan de sus trabajadores un punto óptimo de eficacia. La efectividad en la administración es vital para el desarrollo de la empresa y para la rentabilidad de esta. La efectividad en la administración consiste básicamente en el cumplimiento de los objetivos que se plantean para el desarrollo de las actividades de la organización.

Zúñiga, González, & Gutiérrez, (2013) [7], expresa que un gran aporte que se le puede hacer a las empresas es cumplir con los objetivos. Esto dará soporte a los nuevos proyectos que se podrían ejecutar, tener muy en cuenta un buen sistema de control. Con esto se podrá evaluar y monitorear a los trabajadores para saber sus

fallas y por qué llegan o no a sus objetivos. Este punto ayudará en gran medida a la efectividad en la administración. Otra recomendación que se debe considerar al momento de evaluar la efectividad de la empresa es que tenga motivados en todo momento a los trabajadores. Puesto que de éstos, depende la efectividad en la administración y en base a éstos es que la empresa obtiene buenos resultados. Se debe tomar en cuenta que la efectividad en la administración no es suficiente para que una empresa sea realmente competitiva en un mercado actual. Puesto que ahora, todas las empresas buscan ser eficientes con la reducción de sus costos y la buena distribución de los recursos y esto le da un gran empuje a la rentabilidad y al crecimiento de la empresa y sus inversionistas.

2. METODOLOGÍA.

Para lograr los objetivos de la investigación se diseñó una entrevista realizada a 40 empresas del cantón La Libertad, con la finalidad de establecer criterios respecto al tema de investigación, mediante un muestreo probabilístico, la muestra es finita por eso se utilizó el muestreo aleatorio simple.

2.1. Procesamiento y análisis.

La información se procesó en función de las técnicas utilizada en la investigación. En lo que se refiere a la tabulación, se utilizó el programa estadístico SPSS 10.1.

3. RESULTADOS.

3.1 Efectividad administrativa como factor clave para el desempeño organizacional de las empresas del cantón La Libertad.

La efectividad administrativa la empresa llegue a realizar los planes de acción para su crecimiento y desarrollo. Por esto es necesario que el personal sea eficaz y tenga la suficiente capacidad en conjunto con sus habilidades para la ejecución de las actividades. Además, se debe tener en cuenta que el obtener buenos resultados depende mucho de la efectividad en la administración y de la buena implementación que debe tener cada área de procesos. Esto ayudará y complementará en gran medida a la motivación y al cumplimiento de las metas propuestas en cada operación de la empresa.

Las empresas del cantón La Libertad, no implementan acciones sólidas, generando así inconvenientes en el proceso administrativo, por que no alcanzan la efectividad administrativa.

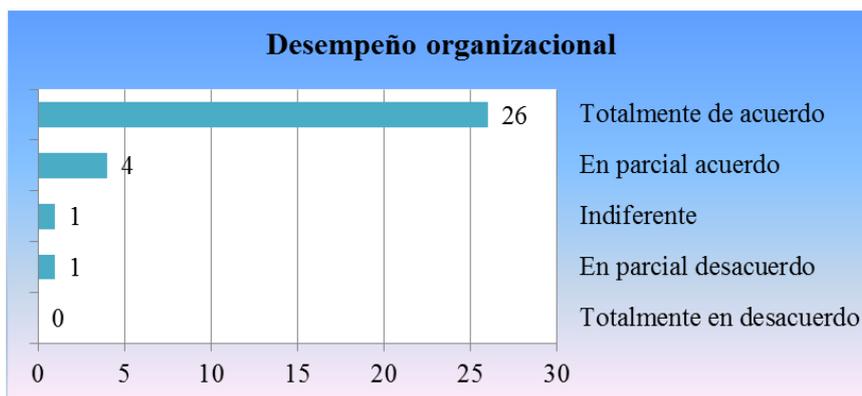


ILUSTRACIÓN No.- 1 Consideración de la efectividad administrativa como factor clave del desempeño organizacional

3.2 Autoridad de mando y la toma de decisiones como principios del desempeño organizacional.

La autoridad y la toma de decisiones son un binomio y corolario, es decir, las buenas decisiones fortalecen la autoridad porque son el reflejo de una voluntad firme que sabe lo que quiere, están en la mente del directivo y obran como fuerza positiva que se trasmite a los colaboradores como energía que emociona, que desarrolla su iniciativa y acrecienta su espíritu creador y su confianza en la misión de la empresa. Las empresas del cantón de La Libertad, no implementando de forma asertiva acciones basadas en la autoridad de mando establecidas en una organización, ni realizan un proceso de toma de decisiones correcto que genere el fortalecimiento del desempeño organizacional.

Planificación estratégica.

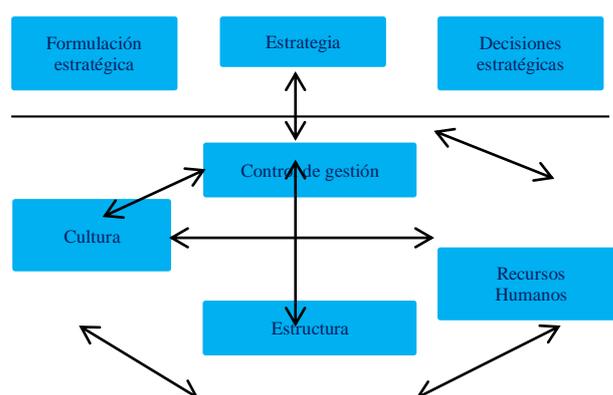


ILUSTRACIÓN No.- 2 Autoridad de mando y toma de decisiones

3.3 Planeación estratégica como base fundamental para potenciar las oportunidades del entorno.

Las planeaciones estratégicas no prometen un éxito en lo absoluto cuando la persona que dirige la empresa no tiene la capacidad de orientación al momento de

organizar ideas o poner en práctica lo que quisiera, porque en ciertas ocasiones se les pasa por alto la fase de análisis riguroso de todos los aspectos de las estrategias, piensan que la realización de las estrategias se da en un día, omiten la relación entre planificación y ejecución entre casos huyen de la revisión de las estrategias. Algunas empresas han fracasado al no poder enfrentar las exigencias de las nuevas condiciones y circunstancias del entorno, por esto se hace necesario tener unos objetivos empresariales claros, precisos perfectamente consecuentes con elementos tales como alineados para que a la hora de enfrentar situaciones adversas o a la hora de aprovechar oportunidades, la empresa salga adelante sosteniblemente en el futuro.



ILUSTRACIÓN No.- 3 Importancia de implementar estrategias aceptables para satisfacer las necesidades

Según las respuestas los gerentes encuestados, las estrategias que se practican son lo suficientemente aceptables y eficientes para el sustentamiento y avance de sus empresa. La mayor parte de personas encuestadas consideran que sí manejan de manera correcta sus recursos económicos para obtener un buen desarrollo de la empresa y desempeño de sus empleados.

3.4 Acciones estratégicas para potenciar las oportunidades del entorno.

Las empresas deben implementar acciones estratégicas para mejorar la calidad del producto, con el fin de satisfacer las necesidades del mercado meta, por ende debe implementarse una cadena de valor correcta, orientada a las necesidades del target.

La mayoría de personas encuestas estuvieron totalmente de acuerdo a que se deben capacitar a quienes ingresen a trabajar en su empresa con el fin de tener mejores resultados en el ámbito laboral y comercial

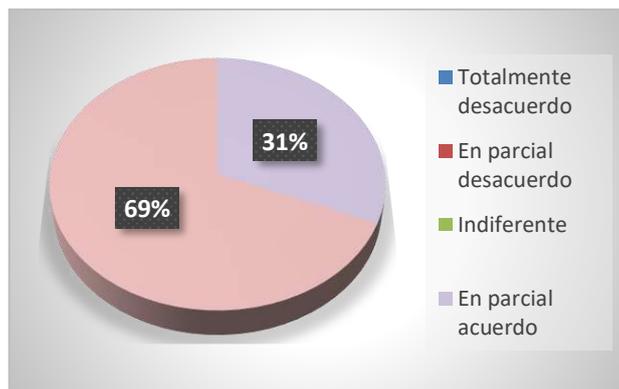


ILUSTRACIÓN No.- 4 Importancia de conocer oportunidades del entorno

4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

4.1 Unidad de dirección como factor de motivación laboral.

La dirección se puede entender como la capacidad de guiar y motivar a los trabajadores para conseguir los objetivos de la empresa. En esencia, la dirección implica el logro de los objetivos con y por medio de personas.

Por lo que un dirigente debe interesarse por el trabajo y por las relaciones humanas. En pocas palabras, el empresario es un dirigente que maneja su propia compañía y está en busca de una dirección eficaz. Córdova Padilla, (2006), (p.110)

Mediante la investigación realizada se analizó que el correcto funcionamiento de las instituciones encuestadas en el cantón La Libertad se basa principalmente en la disposición del tiempo del personal de trabajo, el acatamiento de las normas de la empresa, la supervivencia por parte de la gerencia, satisface las necesidades de la sociedad entre otras, sin embargo en los resultados obtenidos se destaca la problemática con respecto a las aptitudes de los empleados debido a que son pocas eficientes para ejecutar a cabalidad los lineamientos que plantean la gerencia en la organización.

4.2 Unidad de dirección como factor de motivación laboral.

La efectividad de la organización se indica según la medida en que avanza hacia el cumplimiento de su misión y la realización de sus metas. No obstante, la efectividad no es un concepto simple.

La dificultad básica en analizar la efectividad radica en el hecho de que muchas organizaciones hacen múltiples declaraciones sobre sus misiones y metas. A veces estas declaraciones son parte de la constitución de la organización; otras veces son parte de sus documentos estratégicos. Lusthaus, Adrien, Anderson, & Carden, (2001).

Mediante la investigación realizada se analizó que la efectividad administrativa en las empresas del cantón la libertad se indica según la medida que prospera la organización en el cumplimiento de su misión y metas propuestas, uno de los principales factores que conllevan a la efectividad son las actividades de inclusión para fomentar la unión de los empleados y la planificación organizada de las tareas laborales brindan la calidad de servicios adecuados en los clientes demostrando así la efectividad de la empresa en el mercado, sin embargo se está omitiendo imponer nuevos lineamientos en la dirección y organización de las entidades sin considerar que sería un buen recurso para alcanzar el éxito deseado.

4.3 Factores críticos del proceso administrativo que fortalecen la efectividad administrativa.

García, (2005), la administración es un proceso cuyo objeto es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad (pág. 45)

La administración debe seguir un proceso para lograr un trabajo eficiente, sin embargo con esta connotación de clima laboral, se evidencia una realidad distinta en las empresas comerciales del cantón Santa Elena, puesto que las personas que conforman el eje principal se basa en una sola motivación que es su remuneración y se presentan casos en los que este factor desentiende al personal sobre sus objetivos institucionales, ocasionando así una muy baja producción.

4.4 Evaluación del desempeño organizacional como acción clave para alcanzar la efectividad administrativa.

Lusthaus, (2002), sostuvo que “cada organización tiene un trabajo que hacer en el mundo real y alguna manera de medir si este trabajo se está realizando bien”. Su concepto de desempeño organizacional se basa en el sentido común y en la noción de que las organizaciones necesitan una manera de identificar concretamente sus fines y evaluar si están trabajando bien de acuerdo con ellos. Esto constituía la definición institucional de una organización en cuanto a su propio objetivo (pág. 5)

La evaluación de desempeño permite evaluar a través de indicadores cuán efectiva y eficiente es la labor de los empleados en el logro de los objetivos, las personas necesitan tener los conocimientos y destrezas que les permitan desempeñarse bien en su trabajo, pero también necesitan que se esperen de ellas y si satisfacen o no las expectativas. Necesitan tener buenas condiciones de trabajo, fuerte apoyo de la organización e incentivos para desempeñarse de forma correcta.

5. CONCLUSIONES.

- Las diferentes ideologías que aplican los gerentes en las empresas del cantón La Libertad no siempre son las mismas y por ende no se obtiene resultados similares en la calidad y efectividad administrativa.
- La dirección gerencial es la base fundamental para el desarrollo empresarial sin embargo ciertas empresas del cantón La Libertad no poseen las estrategias adecuadas que cumplan con las expectativas de la sociedad y la satisfacción laboral.
- La superación empresarial por estrategias que motiven principalmente al personal de trabajo y administrativo, sin embargo las empresas encuestadas del cantón La Libertad poseen diferentes ideologías por falta de conocimientos acerca de la dirección empresarial por ende no alcanza la efectividad administrativa.
- Las estrategias aplicadas por la gerencia en las empresas del cantón La Libertad inciden en la efectividad administrativa para obtener los objetivos y misiones planteadas en la institución.
- El factor de mayor influencia en los resultados negativos de algunas variables del clima laboral son la motivación y falta de reconocimiento de las empresas a través de los directivos y jefes, hacia los empleados. Este aspecto es sencillo de aplicar y no representa mayores costos para la empresa dado que se cuenta con un departamento de talento humano que puede ejecutar todas las actividades para fortalecer reconocimiento y la motivación.
- Los gerentes para lograr una efectividad en las acciones que realice la empresa indican que se debe seguir una estructura sistemática, planificando e implementando estrategias, mediante la integración, colaboración, coordinación y trabajo en equipo de las actividades a realizar y de esa forma alcanzar la meta planteada.

6. BIBLIOGRAFÍA.

[1] Cipriano, L., & González, A. (2014). *Proceso administrativo*. Grupo Editorial Patria.

[2] Córdova Padilla, M. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Eco Ediciones.

- [3] Fayol, H. (1987). *Administración Industrial y General. Principios de la Administración Científica*. Paris: El Ateneo. Décima Edición. Buenos Aires / Argentina. ISBN: 950-02-3540-4.
- [4] Gilli, J. J., & et.al. (2007). *Diseño organizativo: estructuras y procesos*. Buenos Aires: Granica S.A. ISBN: 978-950-641-514-3.
- [5] Lusthaus, C., Adrien, M.-H., Anderson, G., & Carden, F. (2001). *Mejorando el desempeño de las organizaciones*. México: IDRC/ETCR.
- [6] Münch, L. (2005). *Administración y estilos de gestión*. Mexico : Editorial Trillas, S.A. de C.V. .
- [7] Palomo, J. H. (2002). *Administración, gestión y comercialización de las pequeñas empresas*. Madrid : International Thomson Editores Spain Paraninfo, S.A.
- [8] Puchol, L. (2012). *Dirección y gestión de recursos humanos*. Madrid: Diaz de Santos S.A.Séptima Edición. ISBN: 978-84-7978-831-5.
- [9] Zúñiga, C. J., González, G. J., & Gutiérrez, G. L. (2013). *La gestión administrativa mediante el ejercicio de reportes*. Ciencias de la Administración Vol 7 N°13.

020. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA PLANTA EVISCERADORA DE SARDINA PARA EL SECTOR PESQUERO DE LA PARROQUIA CRUCITA.

Autores:

Ing. María de Fátima Villegas Jurado, Mba

Ing Evelyn Solís Avilés, Msc.

Escuela de Ingeniería en Computación e Informática, Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Agraria del Ecuador, Av. 25 de Julio y Pio Jaramillo, P.O. BOX 09-04-100, Guayaquil, Ecuador

faricavillegas@hotmail.com

evelynsolisaviles@hotmail.com

RESUMEN

La investigación tendrá como objetivo determinar la factibilidad para la instalación de una planta eviscerado de sardinas como alternativa de desarrollo para el sector pesquero de los Arenales en la Parroquia Crucita del cantón Portoviejo y en base a los resultados obtenidos se determinará el nicho de mercado que está dispuesto a consumir sardina procesada, la característica del mismo es el consumo frecuente de pescado tradicional. Los pescadores de los Arenales de la parroquia Crucita y sectores aledaños se beneficiarán por medio de sus ventas, pues son quienes se encargarán de suministrar la materia prima a procesar. Además el proyecto contribuirá al desarrollo económico y social del sector, pues se realizará una actividad antes explorada que incentivará al sector pesquero en pro del mejoramiento de las técnicas de producción y/o captura de peces, ya que actualmente se está implementando una nueva técnica de eviscerado, la cual brinda mayor seguridad y calidad en los productos, además reemplaza los métodos antiguos de conservación de los alimentos.

Palabras claves: Automatización, Evisceradora, Factibilidad

INTRODUCCIÓN

La sardina es rubro de consumo masivo en el sector pesquero, la comercialización se la realiza por lo general mediante intermediarios, esto beneficia las ventas porque la distribución se hace en grandes volúmenes y los intermediarios se encargan de poner el producto en el lugar que se necesita, asumen el riesgo de transporte y cobro, se encargan de la distribución al menudeo.

En la Parroquia Crucita del cantón Portoviejo se encuentran las poblaciones de los Arenales, Los Ranchos, y la Gilces que son pueblos ancestralmente pescadores, las actividades empiezan muy temprano. A pesar de que la sardina ha ganado su posicionamiento en el mercado aun no son totalmente competitivos ya que la carencia de tecnificación en el proceso, el desconocimiento de dichos procesos y la falta de competitividad ha hecho que se siga con métodos tradicionales, obteniendo como resultado niveles de comercialización estándares sin lugar a tomar tendencias alcista por este problema latente.

El valor agregado que se le dará al producto eviscerado en una planta de óptimos servicios al contar con una infraestructura, excelente servicio y calidad del producto a entregarse, los precios en el mercado y las ganancias de los pescadores y comercializadores de sardinas sean más rentables. Inclusive el INP (Instituto Nacional de Pesca) está realizando capacitaciones con las Cooperativas de los Arenales que están afiliada a la FENACOPEC (Federación Nacional de Cooperativas Pesqueras del Ecuador) buscando estrategias para dar a conocer a los habitantes de la Parroquia Crucita las ventajas de la creación de una planta de este tipo, con el único propósito aportar al desarrollo del sector pesquero, visionado a el incremento de las exportaciones y ser realmente competitivo con este producto que está aportando relevantemente a la economía de Portoviejo.

El problema de localización se halla claramente ligado a determinadas políticas de fomento y programas de desarrollo y descentralización. Por ejemplo, en los Arenales de la parroquia Crucita, en los últimos años, la actividad pesquera se está consolidando en la industria pesquera, pero artesanal. Sin embargo, el costo de procesamiento, venta y distribución de un producto pesquero es afectado significativamente por la localización de la planta. Los valores que se cancelan en la actualidad por cada tacho eviscerado son totalmente paupérrimos ya que \$1.00 por cada tacho que no es representativo en la economía familiar de las personas y por las condiciones de salubridad de los habitantes que se dedican a esta actividad los está perjudicando, en cambio al recibir una remuneración fija con y todos los beneficios de ley marca la diferencia ya que consigo se obtienen beneficios adiciones que no se los obtiene realizando labores informal como lo ha hacen hasta ahora.

DESARROLLO GENERALIDADES

La especie *Sardinopsauax* en Ecuador se la conoce como "Sardina del sur" o simplemente Sardina. Según Crespo (2011)¹, sus capturas han sido destinadas para la elaboración de conservas y harina de pescado.

La importancia de esta especie se incrementó a partir de 1976, se cree que anteriormente ya se encontraba distribuida frente a las costas de Ecuador, pero en un bajo nivel poblacional y que no era detectado por la flota pesquera. La distribución geográfica abarca el Pacífico Suroriental desde las Islas Galápagos en Ecuador hasta Chile. La sub-Secretaría Regional de Pesca de Manabí (2011)², indica que su distribución a lo largo de la costa ecuatoriana es similar a la de la Macarela, con la diferencia que durante los meses de Enero a Abril su presencia se manifiesta en áreas internas de la costa ecuatoriana, su extensión es limitada y se considera que los cardúmenes distribuidos forman parte de un stock compartido.

La sardina es un pez más graso que los comunes. Es energético y con más vitaminas liposolubles que el pez de carne blanca, tienen un elevado rendimiento nutritivo con 18% de proteínas. Poseen 74% de agua, vitaminas A, D, B2, B3 y minerales muy diversos como el sodio, fósforo, calcio, magnesio y hierro.

La proporción de grasa de este pescado azul varía mucho entre unos y otros, incluso la misma especie puede cambiar significativamente. En determinadas épocas, un mismo pescado puede ser magro o graso. En la calidad de su carne influyen dos factores: el grado de frescura y época del año en la que se degusta. Su mejor momento es el verano, cuando las sardinias presentan un mayor índice de grasa, lo que acentúa el sabor y aroma de su carne.

2.2. CARACTERÍSTICA ANATÓMICAS DE LA SARDINA.

La Revista Pesca Blanca (2011) , dice que Pertenecen a este grupo: CCboquerón, caballa, palometa, chicharro, atún, bonito del norte, salmón, anguila, pez espada.

Esta grasa es rica en ácidos grasos poli insaturados. Esta especie vive en aguas relativamente cálidas, con una salinidad normal de más o menos 36 partes por mil. Viven reunidas en grupos, formando enormes cardúmenes de millares de individuos.

¹Orlando Crespo. (2011). Perfil Pesquero y empresarial de Manabí. Subsecretaría de Recursos Pesqueros. Guayaquil, Ecuador.

²Sub-Secretaria Regional de Pesca de Manabí y Esmeraldas. (2011).

Comen plancton y por ello se les encuentra generalmente en las aguas superficiales bien iluminadas, donde abundan las formas microscópicas del fitoplancton.

Es importante conocer todas estas características para realizar una captura racional y rentable a la vez. Se comercializa de diferentes maneras, aunque una de las más comunes es la "conserva en aceite". Con los desperdicios de sardina se puede obtener un 8% de aceite, rico en grasa, muy utilizado en la fabricación de jabones y pinturas. El aceite se obtiene por procedimientos mecánicos en la fabricación de harinas de pescado a partir de las sardinas.

Arenque (Clupeaharengus). Este pez presente un color azulado, pardusco o negruzco en el dorso, que se va aclarando por los laterales hasta alcanzar un tono plateado en el vientre. Puede alcanzar los 40 cm de largo y un peso de hasta 700 gramos. Se localiza en toda la costa ecuatoriana.

Alacha (Sardinella aurita). Se la conoce también como sardina de ley u orejera. Se distribuye por el mar Mediterráneo, en especial por la zona meridional, donde es bastante común.

Espadín (SprattusSprattus). Este pescado abunda en la zona norte de Europa y, además de fresco, se comercializa con frecuencia ahumado, salado y en conserva. Es bastante rara su presencia en el Golfo de Vizcaya y poco abundante en el Mediterráneo.

Estructura física de la sardina

El cuerpo es alargado, no muy comprimido. La mandíbula superior poca o nada escotada. Maxilares no se extienden más allá de la parte media del ojo. El ojo tiene un párpado adiposo bien desarrollado. Los dientes son pequeños o nulos. La aleta dorsal se origina más cerca del rostro que de la base de la caudal. Las pelvianas insertadas en posición abdominal (en medio de la zona ventral, bajo la dorsal) (Anexo 8).³

2.3. LA PLANTA EVISCERADORA COMO APORTE AL SECTOR PESQUERO

En la industria pesquera, es común presentar un primer análisis de tamaño de mercado con una metodología simplificada, siendo difícil tener acceso a datos a nivel nacional o internacional que completen un estudio más exhaustivo. Se debe puntualizar que es recomendable obtener la mayor cantidad de información posible del mercado objetivo. El concepto de que la oferta se adapta a la demanda es aceptado universalmente. Lo que es menos aparente es que un entendimiento exacto de la

³Revista Pesca Blanca Internacional. Volumen. Nº 33. 2012. ASO-EXPEBLA. Manta, Ecuador.

relación oferta-demanda es el principal escalón para el conocimiento de la operación de todo el sistema económico. Las empresas pesqueras diversifican su producción a diferentes líneas entre las cuales se encuentran:

CONGELADOS FRESCOS	{ Camarón, atún, pinchagua, Macarela, langosta, concha, Calamar, caracol y tilapia
SUBPRODUCTOS SECOS EXTRACCIÓN	{ Tiburón y buches, vulvas. { Aceite de pescado
CONGELADOS FRESCOS	{ Camarón, atún, jaiba Cangrejo, concha, Calamar y caracol.
SUBPRODUCTOS SECOS	{ Vulvas. { Harina de pescado
VIVOS	{ Langosta de agua dulce

METODOLOGÍA

3.1 MÉTODOS

Se realizó una Investigación explicativa, lo que permitió tener una visión globalizada, mediante relaciones causa- efecto, respecto a la realidad en la que se realiza la actividad de eviscerado en la actualidad y la demanda del producto hasta la presente fecha. Luego se realizó la investigación descriptiva, ya que se conoció el comportamiento de las variables de la investigación, tales como realidades, estilos de vida, procesos, pescadores, comerciantes, empresas procesadoras y evisceradores con el propósito de que toda la información detallada de cómo resultado información veraz para la investigación.

3.1.3 Estadística Descriptiva.

La Información fue procesada mediante métodos estadísticos y matemáticos con el uso de herramientas especializadas como hoja de cálculo "Excel", y procesador de texto "Word" con cuadros estadísticos y gráficos para establecer resultado, obtener conclusiones, y alcanzar los objetivos del proyecto.

3.1.4 Población y Muestra.

La Población estimada que fue objeto de análisis para lograr los objetivos del proyecto investigativo fueron 250 pescadores y/o comerciantes.

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}} = \frac{25}{1 + \frac{125}{250}} = 257,6 \cong 50$$

Esta muestra se tomó en base al número de pescadores que están cooperados y dicha cooperativa está afiliada a la FENACOPEC (Federación Nacional de Cooperativas Pesqueras del Ecuador), de los Administradores se tomó como muestra este número, porque son cinco las empresas con las que los pescadores de estas zona trabajan y entre ellas tenemos: INEPACA, ISABEL, OCEAN FISH, OLIMAR Y GONDI, y con respecto a los habitantes es el número aproximado de personas que trabajan en cada canchón de 7 mesas que tiene cada pescador.

RESULTADO

ESTUDIO DE MERCADO PARA IDENTIFICAR LAS TENDENCIAS Y PREFERENCIAS DEL MERCADO OBJETIVO

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO DE LA SARDINA

Un mercado está formado por los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y podría estar dispuesto a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo, tal es el caso de población pesquera de Manabí que osciló entre los años 2007 al 2012 entre 10.174 a 12.002 pescadores registrados, siendo la más numerosa con respecto a otras provincias costeras (Cuadro 8 y gráfico 4)

4.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO

La actividad pesquera se caracteriza por la estacionalidad que presenta la misma, esto quiere decir, que existen dos épocas del año en que se presenta un incremento del producto y por lo tanto los pescadores pueden vender más barato y así mejorar su actividad. A continuación se presenta el comportamiento histórico de la oferta en los últimos 5 años en la parroquia Crucita del cantón Portoviejo.

Cuadro 9.

Comportamiento Histórico de la Oferta (ton)

AÑO	VENTAS	CRECIMIENTO ANUAL
2009	400,61	
2010	332,15	-17,09%
2011	323,92	-2,48%
2012	832,84	157,11%

Fuente: Aso-expebla. Manta, Ecuador. 2012

Elaboración: Autora de la investigación

El comportamiento de la oferta en los últimos cuatro años muestra considerables cambios, por efecto de que pequeña industria conservera tenía las plantas paradas por falta del recurso sardina, ya que los comerciantes destinaban el producto para Manta, Jaramijó y Guayaquil.

4.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE LA SARDINA

El cuadro 13 y Gráfico 8, presenta un comportamiento similar al cuadro 12 de consumo nacional, estos datos indican que en esta ciudad se ha presentado un incremento representativo en el consumo de sardina fresca y enlatada en los últimos años, por lo tanto existe una oportunidad de mercado importante para introducir nuevos productos de la cadena pesquera.

Cuadro 13.

Consumo aparente de sardina fresca en el cantón Portoviejo (ton/año)

AÑO	CONSUMO TOTAL	CONSUMO PER CÁPITA	PER	CRECIMIENTO ANUAL
2007	15,63			
2008	21,65	0,70		38,52%
2009	25,14	0,80		16,12%
2010	31,94	1,11		27,05%
2011	42,98	1,24		34,56%
2012	60,96	1,36		41,83%

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la investigación

4.6. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA SARDINA

Funciones de intercambio	{ Compra y venta Determinación de precios
Funciones Físicas	{ Clasificación por presentación
Funciones de apoyo	{ Financiamiento Tipos de mercados Estrategias mercado local

Riesgos Financieros

Comerciantes intermediarios { Minoristas
Mayoristas
Intermediarios-distribuidores

Así mismo, acorde su presentación y precios que se comercializa la sardina en sus variadas presentaciones comerciales. Sus parámetros se muestran a continuación:

PRODUCCIÓN { Sardina entera y procesada
Volúmenes
Ventas

DEMANDA { Épocas
Volúmenes
Calidades reglamentadas

COMERCIALIZACIÓN { Canales comerciales
Costos
Precios
Administración
Pérdidas-Ganancias

ESTUDIO TÉCNICO PARA ENFOCAR EL POSIBLE DISEÑO Y ORGANIZACIÓN DE LA PLANTA EVISCERADORA

4.7.1. Localización de la Planta.

Es necesario que la empresa se encuentre en el lugar adecuado, es decir, que permita conocer la cantidad de clientes para determinar el tamaño. Si se conoce la cantidad de clientes en la región es posible saber exactamente el tamaño de los pedidos y de la materia prima a procesar dado que los clientes y para ello se contemplará el sitio “Los Arenales” de la parroquia Crucita perteneciente al cantón Portoviejo encuentra ubicada a 80° 33' 27” de Longitud Occidental y a 0°, 15', 7” de latitud sur, limita la norte con San Jacinto y San Clemente, al sur con el cantón Jaramijo, al este con Charapotó, El Pueblito, Cañitas y al oeste con el Océano Pacífico

4.7.2 Identificación de las Fuerzas Locacionales

Se entienden como fuerzas Locacionales aquellas variables que afectan en mayor o menor grado la realización de una alternativa propuesta para la localización

óptima.

Costos de transporte y distribución

Aspectos ambientales

Disponibilidad de terrenos o bodegas

Concentración del mercado

Políticas administrativas

4.7.3 Descripción de las Fuerzas Locacionales Costos de transporte y distribución

Se debe tener en cuenta que la localización no puede quedar muy alejada de los proveedores de materia prima e insumos, ni de los clientes o distribuidores del producto, pues los tiempos de transporte son directamente proporcionales a los costos generados por este factor. Es importante que la planta de producción quede cerca de los proveedores de la materia prima debido a que el pescado es un producto perecedero y puede descomponerse fácilmente, lo que acarrearía más costos a la producción.

Concentración del mercado

La localización debe tener muy en cuenta dónde se encuentra el mercado potencial al cual va a llegar el producto y así poder competir con bajos costos, los cuales son generados por la cercanía de la planta de producción con los puntos de venta. Esta localización estará enfocada a cumplir a tiempo con los pedidos de los clientes y dar respuesta rápida a posibles reclamos y devoluciones.

4.13 FLUJO DE CAJA

Para definir los beneficios directos que se originarán en la operación normal del proyecto, se estipulan los rubros de ventas; durante el primer año de operaciones el ingreso anualizado total será de USD 42.607.50 a 76.693.50. Para una mejor apreciación se analizó los costos de materia prima del primer año, considerando una capacidad operativa inicial de 70,00% de la capacidad instalada, como se apreció en el cuadro 38.

Cuadro 38.**Flujo de Caja Proyectado (USD/años)**

Concepto	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1
Ingreso por ventas de		81.248.	97.497.	113.747.	129.997.	146.246.	146.246.	146.246.	146.246.	146.246.	146.246.	
Caja inicial		3149	15.351.	28.661.	46.676.	69.212.	96.173.	117.800.	138.427.	159.252.	180.369.	201.747.
Préstamo	41.000.											
Aportes de	27.404.											
Total ingresos	68.404.0	81.279.7	112.849.	142.409.	176.673.	215.458.	242.420.	264.047.	284.674.	305.499.	326.616.	201.747.
Materia prima		36.504.	43.804.	51.105.	58.406.	65.707.	65.707.	65.707.	65.707.	65.707.	65.707.	
Materiales e		6.103.	7.324.	8.544.	9.765.	10.986.	10.986.	10.986.	10.986.	10.986.	10.986.	
Costo de		416.0	416.0	416.0	416.0	416.0	416.0	416.0	416.0	416.0	416.0	
Nómina		5.204.	5.204.	5.204.	5.204.	5.204.	7.806.	7.806.	7.806.	7.806.	7.806.	
Publicidad		1.500.	1.500.	1.500.	1.500.	1.500.	1.500.	1.500.	1.500.	1.500.	1.500.	
Servicios		3.000.	3.000.	3.000.	3.000.	3.000.	3.000.	3.000.	3.000.	3.000.	3.000.	
Arriendo		3.000.	3.000.	3.000.	3.000.	3.000.	3.000.	3.000.	3.000.	3.000.	3.000.	
Aditivos y		150.0	150.0	150.0	150.0	150.0	150.0	150.0	150.0	150.0	150.0	
Pago de		3.895.	3.895.	3.462.	3.029.	2.596.	2.163.	1.731.	1.298.	865.5	432.7	
Prestaciones			2.341.	2.341.	2.341.	2.341.	2.341.	3.512.	3.512.	3.512.	3.512.	3.512.
Amortización del			4.555.	4.555.	4.555.	4.555.	4.555.	4.555.	4.555.	4.555.	4.555.	
Compra de activos fijos	46.535.											
Gastos de	21.837.											
Pago de			1.989.	4.636.	7.467.	10.393.	13.224.	13.529.	13.807.	13.991.	14.207.	14.390.
Imprevistos		6.154.	7.007.	7.815.	8.624.	9.433.	9.767.	9.724.	9.681.	9.637.	9.594.	0
Total egresos	68.372.	65.927.	84.188.	95.733.	107.461.	119.285.	124.619.	125.619.	125.422.	125.129.	124.869.	17.903.
Saldo final de	31	15.351	28.66	46.67	69.21	96.17	117.80	138.42	159.25	180.36	201.74	183.84

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la investigación

CONCLUSIONES

- 1) Se encontró un nicho de mercado que está dispuesto a consumir sardina eviscerada evaluando el período 2008 -2012 se observó un crecimiento del 38.02 al 41.83 respectivamente, la característica del mismo es el consumo frecuente de pescado tradicional encontrándose una demanda 48.89 % siendo el valor más alto el observado en el período 2012.
- 2) El proyecto es muy rentable pues su TIR es mayor que la tasa de oportunidad del mercado, igualmente busca mejorar el desarrollo socio-económico de los pescadores de Los Arenales de la parroquia Crucita. La infraestructura permitirá almacenar esta especie procesada que los precios sean más atractivos, contribuyendo así al aumento en la productividad en aproximadamente 87.50%.VAN
- 3) Es importante recalcar que este proyecto produce externalidades negativas a un nivel medio, ya que la infraestructura prevista produce contaminación, y nula con respecto al ruido.

RECOMENDACIONES

- 1) Los organismos locales y nacionales deben implementar políticas de fomento y divulgación, con miras a buscar nuevas alternativas de producción y entidades como Subsecretaría de Recursos Pesqueros y Asociación de Exportadores de Pesca Blanca (ASOPEBLA).
- 2) Este tipo de proyecto presenta características favorable de proyección externa a futuro para la exportación de especie marinas, a precios que garantizan una atractiva rentabilidad. Sin embargo es necesario que exista una planificación de la producción de sardina, bajo esta modalidad dada la competitividad comercial, no sola en crear volumen, sino adoptar estrategias comerciales adecuadas en la que se las conozcan por su calidad y abastecimiento regular, a nivel local y con proyección nacional.
- 3) Es importante que los inversionistas empresariales persigan objetivos comunes en relación a la planificación, promoción y comercialización de la producción, aquello es fundamental para el desarrollo y éxito de esta actividad, con el debido apoyo de entidades financieras y entidades estatales.

CITAS

Asociación de Exportadores de Pesca Blanca del Ecuador. (2011). Revista Divulgativa. N°23. Guayaquil, Ecuador.

ageartheecuador@easynet.net.ec

Antón, J. (2011). Gestión y capacitación de proyectos productivos. Guayaquil. Ecuador.

Antón, J. (2009). Gestión y capacitación de proyectos productivos. Guayaquil. Ecuador.

Biblioteca Práctica Agrícola y Ganadera Terranova Enciclopedia. (2003). I Tomo. Ediciones Océano Éxito. Barcelona, ES. 234-237 pp.

CORPEI. (2010). Estudio de factibilidad técnica económica para empresas. Manta, Ecuador.

Caracterización y análisis de competitividad para el desarrollo del sistema industrial pesquero en torno al álamo en la VI Región de Bravo Vergês, Brian Alberto, Jan (2007). (OARE).

Eva Ramos Pérez-Torreblanca / María Teresa Villanueva / Estrella Peinado-Vara, preprint, Apr (2007). (OARE).

MAGAP. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. Estadísticas Pesqueras. (2012). El procesamiento de la sardina en la Parroquia Crucita. Portoviejo, Manabí, Ecuador.

Diseño y Verificación de un Marco Metodológico para la Evaluación de Proyectos del Programa de Voluntarios de las NacionesAntezana, Ivonne / Cierjacks, Ame / Hein, Miriam / Jiménez, Gerardo / Rüth, AlexandrA. (2011). (OARE)

Diseño de un Implementación de Iniciativas de Innovación en la pesquería comunal Campesina Burgos Rodríguez, Loreto Marcela, Jan (2009). (OARE).

Alternativas de desarrollo rural sustentable para una comunidad pesquera tradicional en proceso de desertificación Medina Rodríguez, Angélica (2011). (OARE)

Bases geográficas para el desarrollo de la industria pesquera en Isla de Pascua: relaciones fisicoambientales, socioproductivas y de gestión, Pérez, Claudio. (2010). (OARE).

Evaluación de la sostenibilidad de la faenación de peces chicos en la región de Serdan, Puebla (México) Contreras Ramos. (2011). (OARE).

Análisis de algunos problemas estructurales que obstaculizan el desarrollo socioeconómico de la pesca artesanal campesina. Torres Victor, Gabriel, Apr 2011. (OARE).

Manual de identificación y evaluación de proyectos de desarrollo rural [PDF-2MB] Apr 2008. (OARE)

Fallas estructurales en el procesamiento de pelágicos y la lógica de la producción campesina (microeconomía del autoabasto y los centros de faenamiento.Héctor V. Robles Vásquez / Raúl García Barrios, article. (2010). (OARE)

Fomento del procesamiento de pelágicos pequeños sostenible mediante el establecimiento de un sistema de garantías de calidad en los procesos productivos dirigidos a empresas.OrozcoAbundis, Mario Alberto. (2007). (OARE).

Manual de identificación y evaluación de proyectos de desarrollo rural [PDF-2MB] (2008). (OARE). México.

Natura. Matriz de Clasificación de Impactos Ambientales. Los contaminantes. (2007). Quito, Ecuador

OAREYale UniversityEmail:adminyale@oaresciences.org

Perfil Pesquero y empresarial de Manabí. (2012). Subsecretaría de Recursos Pesqueros. Ing. Orlando Crespo. Guayaquil, Ecuador.

Revista Pesca Blanca Internacional. Volumen. Nº 33. (2009). ASO-EXPEBLA. Manta, Ecuador.

Sub-Secretaria Regional de Pesca de Manabí y Esmeraldas. (2012).

021. INDICADORES DE GESTIÓN Y SU EFECTO EN LA EFECTIVIDAD ADMINISTRATIVA DE LAS EMPRESAS DEL CANTÓN LA LIBERTAD.

INDICATORS MANAGEMENT AND ITS EFFECT ON THE ADMINISTRATIVE EFFECTIVENESS OF COMPANIES OF CANTON LA LIBERTAD.

Autores:

Ing. Collins Ventura Nathyn Victor

Ingeniero en Marketing, cursando maestría en administración y dirección de Empresas, Autor del libro Gestión del CONOCIMIENTO, Emprendimiento, Perspectivas, e Innovación; Autor del libro Tendencias, Gestiones Administrativa, Cambios del Entorno; Coautor del libro Sardina o tiburón, el lado correcto del problema; Autor de artículos de administración y marketing. Docente del Sistema de Admisión y Nivelación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Collinsnat_17@live.com

Ing. Valencia Medranda Adrián Valencia, MBA.

Profesión Ingeniero Comercial, ha colaborado en empresas públicas como privadas, obtuvo su Diplomada Superior en Educación en el año 2006 en la universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, al igual que su Maestría en Administración y Dirección de Empresas en el 2008. Profesor asesor de la Facultad de Ciencias Administrativas, Profesor de Área, Tutor de Tesis de Grado. Pertenece al Colegio de Ingenieros Comerciales de la Ciudad de Guayaquil, es miembro de la Asociación de Docentes de la U.P.S.E. Autor de artículos de administración.

joseavm68@gmail.com

Ing. Karina Lourdes Santistevan Villacreses, Mg.Dgdc.

Ingeniera Comercial de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, obtuvo su maestría en Docencia mención Gestión Desarrollo del Currículo, de la Universidad Luis Vargas Torres de Esmeraldas en el año 2006, tiene un diplomado en Autoevaluación y Acreditación Universitaria de la Universidad Aconcagua de Chile; además obtuvo su doctorado en Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego de la República de Perú en el año 2014. Actualmente, Directora de la Unidad Académica de Ciencias Económicas de la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

kasanvill@hotmail.com

RESUMEN

En la actualidad los empresarios ubican su empresa sin medir el campo mediante la investigación del mercado para saber si sus intenciones de sacar adelante el desarrollo del cantón mediante una organización es la adecuada por lo que la efectividad administrativa que creían que se podía dar, fracasa. Si estas situaciones ocurren secuencialmente nunca se podrá aprovechar las oportunidades del entorno

ni mucho menos fortalecer el mercado en el sentido competitivo contra las demás provincias y por qué no, a nivel internacional. Es fundamental tener en cuenta en las empresas el uso de los indicadores de efectividad, así mantenemos la organización y la adecuada administración evitando los problemas que afectan de manera directa a la institución excluyéndola de la competencia de mercado, debido a esto el gerente debe poseer los conocimientos adecuados sobre la administración y dirección para cumplir con los propósitos planteados en la empresas. Las empresas del cantón La Libertad buscan el éxito en el mercado y han tenido gran acogida por parte de la comunidad debido a que buscan satisfacer las necesidades de los mismos, sin embargo deben estar preparados para cambios que se puede presentar en el entorno, mediante la formulación de estrategias se trata de evitar amenazas que implican el déficit en la contabilidad de las organizaciones, pero no existe un modelo de gestión administrativa que disminuya el riesgo e incertidumbre de mercado.

Palabras Claves: *Indicadores de gestión, efectividad administrativa, desarrollo organizacional, gestión administrativa, proceso administrativo.*

ABSTRACT

Today entrepreneurs locate their business without measuring the field by market research to see if your intentions to move forward with the development of the canton through an organization is adequate so that the administrative effectiveness believed they could give, fails. If these situations occur sequentially can never take advantage of opportunities in the environment much less strengthen the market in the competitive sense against the other provinces and why not internationally. It is essential to note in companies using indicators of effectiveness and maintain the organization and proper administration avoiding the problems that directly affect the institution excluding it from the market competition, because of this the manager must have the adequate knowledge of the administrators to fulfill the purposes outlined in the companies. Companies in the canton La Libertad seeking success in the market and have been well received by the community because they seek to meet the needs of them, however must be prepared for changes that may occur in the environment by strategizing is to avoid threats posed by the deficit in the accounts of organizations, but there is no model of administrative management to reduce the risk and uncertainty of market.

Keywords: *Indicators, administrative effectiveness, organizational development, administrative management, administrative process.*

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente, los empresarios ubican su empresa sin medir el campo mediante la investigación del mercado para saber si sus intenciones de sacar adelante el desarrollo del cantón mediante una organización es la adecuada por lo que la efectividad administrativa que creían que se podía dar, fracasa. Si estas situaciones ocurren secuencialmente nunca se podrá aprovechar las oportunidades del entorno ni mucho menos fortalecer el mercado en el sentido competitivo contra las demás provincias y por qué no, a nivel internacional.

En base al entorno competitivo del mercado, las instituciones del cantón La Libertad dedicadas al comercio deben contar con tácticas consistentes impartidas por la gerencia hacia el personal de trabajo, aplicando la Unidad de Dirección, que es uno de los principios administrativos de Henry Fayol, logramos sacar a flote las potencialidades del jefe, el cual plantea un solo programa de actividades que conlleven al logro de los objetivos de la institución y el bienestar colectivo. (CÓRDOVA PADILLA, 2006, pág. 110)

1.1. Efectividad administrativa.

Según (Whetten, 2005) “Pfeffer (1998) identificó siete prácticas fundamentales asociadas con la efectividad administrativa y organizativa: afirmar la seguridad del empleo, contratar selectivamente a la gente, fomentar la descentralización y los equipos auto-administrados, instituir niveles altos de paga basados en el desempeño, capacitar ampliamente, reducir las diferencias de estatus y compartir información.”

La efectividad administrativa es el procedimiento que aplican las organizaciones o empresas para poder realizar un estudio en el que recopilen información que permita establecer el entorno de la organización, con el único propósito de validar que los procedimientos internos que se han realizado se han cumplido acertadamente porque están dentro los objetivos principales de la organización y poder incrementar planes de acción orientados a mejorar su efectividad de nuestros objetivos.

1.2. Indicadores de poder externo y ascendente de un directivo.

Para (Franklin, 2007, pág. 253) “los directivos con poder pueden:

- Interceder de manera favorable en beneficio de alguien que tiene problemas.
- Obtener una asignación codiciada para un subordinado con talento.
- Obtener aprobación para gastos que excedan el presupuesto.
- Incluir y excluir temas de la agenda en reuniones de lineamientos.
- Tener acceso más rápido a los responsables de tomar las decisiones.
- Mantener contacto habitual y frecuente con los directivos de alto nivel.

- Adquirir formación anticipada sobre decisiones y cambios de políticas.”

Si bien es cierto la clave del éxito en una empresa se debe a que su principal eje, el dueño o administrador de la misma, sea quien tome las riendas de su propia compañía pero que también puede contar con un personal elegido por él, que sea capaz de llenar las expectativas de funcionamiento que la empresa necesita. Los empleados haciendo un excelente trabajo hacen méritos que al final de cuentas el empleador observa un notorio mejoramiento en su personal que, será beneficiado por el gran esfuerzo de poder mantener y mejorar la empresa como si fuera cada uno de sus hogares.

1.3 Habilidades directivas esenciales en la eficacia administrativa.

Según (Whetten, 2005, pág. 42) “cuanto más avance usted de las habilidades personales a las interpersonales y a las grupales, las competencias esenciales desarrolladas en el área previa de habilidad le ayudarían a afianzar un desempeño exitoso.

Personales:

- Desarrollo de autoconocimiento
- Manejo de estrés
- Solución analítica y creativa de problemas

Interpersonales:

- Motivación de los empleados
- Manejo de conflicto
- Comunicación de apoyo
- Ganar poder e influencia

Grupales:

- Facultad y delegación
- Dirección hacia el cambio positivo
- Formación de equipos eficaces.”

La confianza entre los individuos de una institución genera un entorno agradable que contribuye al buen funcionamiento organizado que refuerza de una u otra manera la estabilidad y mejoramiento de una empresa en cuanto a sus funciones. El líder de la compañía es quien motiva a sus empleados a la colaboración entre todos, para que así al momento de asignarles cualquier trabajo sean ellos quienes elijan cómo sacarlo adelante y defenderlo.

2. MATERIALES Y MÉTODOS.

Para obtener resultados de la presente investigación se utilizó la investigación cualitativa en base a la observación directa en las empresas del cantón la libertad para analizar la gestión administrativa, así mismo se realizó entrevista a gerentes para identificar los indicadores de gestión que implementan; por otro lado, se empleó la investigación cuantitativa mediante encuestas para identificar las acciones estratégicas que permiten fortalecer la efectividad administrativa. (Méndez Álvarez C. E., 2009).

2.1. Procesamiento y análisis

La información se procesó en función de los instrumentos y técnicas utilizadas, en la investigación a las empresas del cantón La Libertad. En lo que se refiere a la tabulación, se utilizó el programa estadístico SPSS 10.1.

3. RESULTADOS.

3.1 Motivación laboral como estrategia fundamental para potenciar la efectividad administrativa.

Un papel fundamental que cumple e gerente de una empresa es incentivar a sus colaboradores a ser cada día mejor, haciendo de ellos unas personas capacitadas que puedan desenvolverse en distintas áreas de trabajo, dando el buen ejemplo para así tener un buen desarrollo y crecer no solo como empresa sino como persona. Es donde el gerente tendrá su método de integración con sus trabajadores para incentivarlos diariamente y lograr un buen desempeño.

La integración entre gerente y trabajador es lo que primeramente se tiene que lograr, el gerente es el encargado de velar por cada uno de los integrantes de su grupo de trabajador. El gerente busca las posibilidades de que su grupo de empleados tengan un buen funcionamiento, la comprensión entre ellos lograría un buen desempeño en su ámbito laboral.

El gerente pondrá en desarrollo métodos para que el empleado tenga buen desarrollo día a día con una gran incentivación, capacitándose mediante determinados tiempo para que sean cada vez más competentes en el campo que cada uno de ellos se desempeñe.

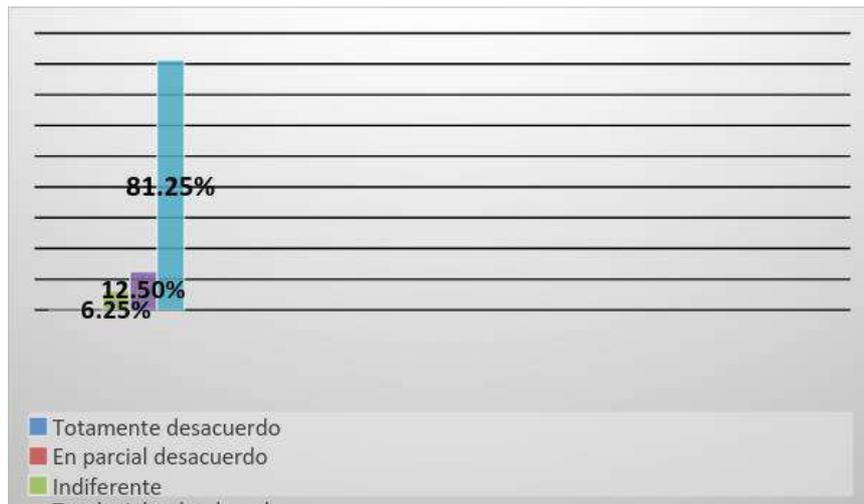


Figura No.- 1 Influencia del desempeño de los trabajadores en la efectividad administrativa

El 81,25% de los gerentes manifiestan estar de acuerdo en que el desarrollo empresarial se debe a la buena aptitud de sus colaboradores para el avance y crecimiento de la empresa ya que de ellos depende la eficacia que tiene la empresa.

3.2 Influencia de las funciones de los trabajadores en el desempeño organizacional.

El gerente como líder tiene que poner sus métodos de cómo interactuar con cada trabajador, logrando obtener una ayuda mutua de ambos para que ambos tengan beneficios logrando más producción y buen desempeño en lo que campo que estén interactuando. El gerente pondrá en desarrollo métodos para que el empleado tenga buen desarrollo día a día con una gran incentivación, capacitándose mediante determinados tiempo para que sean cada vez más competentes en el campo que cada uno de ellos se desempeñe. El gerente debe estar siempre al tanto del desempeño de cada trabajador, para lograr un buen funcionamiento en su empresa.

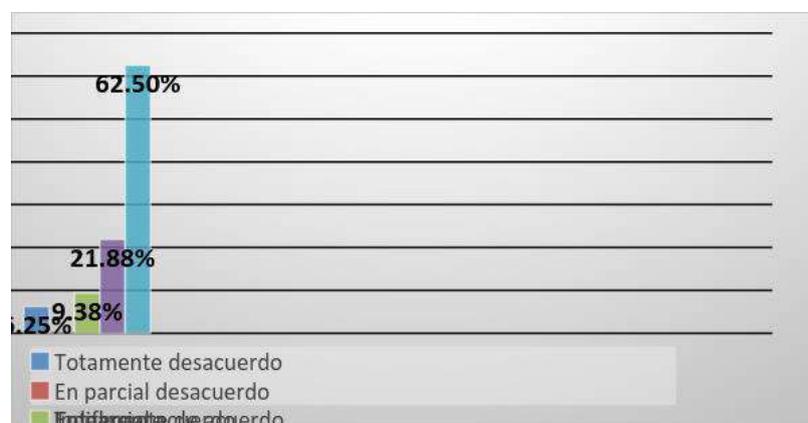


Figura No.- 2 Influencia de las funciones de los trabajadores en el desempeño organizacional

En este caso el 62.50% de los encuestados creen que sus trabajadores si influyen en sus funciones como gerentes, pero un 21.88% manifiesta estar parcialmente de acuerdo porque ellos son los líderes y quienes guían a los colaboradores de la empresa y un 9.38% es indiferente.

3.3 Competencias del gerente en el establecimiento de indicadores de gestión.

Un gerente efectivo es positivo cuando su labor no es corregir, encontrar fallas o evaluar la culpa; por el contrario, su función es alcanzar las metas de productividad. Como líder da la pauta, su actitud debe ser contagiosa, si proyecta ruina y desolación, eso será lo que reciba de sus empleados, si busca razones para explicar porqué las cosas no funcionan sus empleados nunca lo decepcionaron: las cosas no funcionarán. La excelencia de un gerente no se mide por buscar la culpabilidad de un empleado sino más bien buscar alternativas.

En las empresas cada gerente cuenta con métodos diferentes al desarrollar alguna actividad para el bienestar y avance de la institución ya que muchos de ellos emplean sus propios conocimientos, habilidades y sus destrezas en el ámbito de competencia gerencial, que se reflejaba en la productividad y avance de la empresa. El 87.50% de gerentes piensan que el incentivo a sus empleados es muy importante, ya que de ellos depende el desarrollo y productividad de la empresa porque ponen en prácticas los métodos captados del gerente en su área laboral.

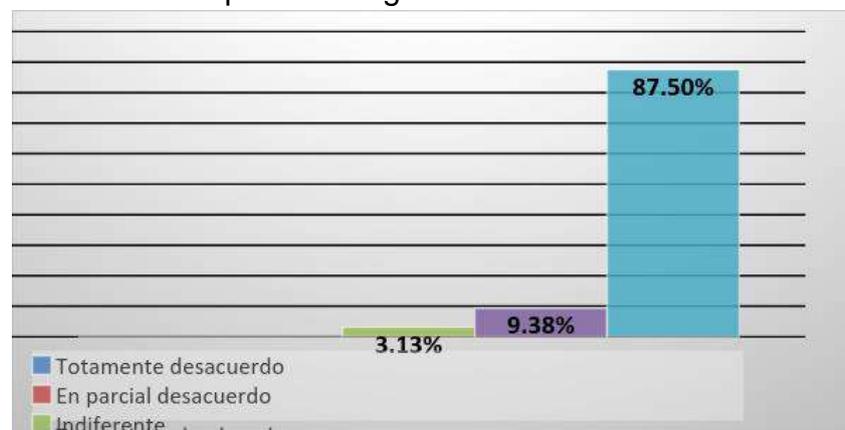


Figura No.- 3 Motivación laboral por parte de los gerentes

4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

4.1 Finalidad de emplear indicadores de gestión.

Según (Franklin, 2007, pág. 154) “el fin primordial de emplear indicadores de gestión en el proceso administrativo es evaluar en términos cualitativos y cuantitativos el puntual cumplimiento de sus etapas y propósitos estratégicos, a partir de la revisión de sus componentes.”

El fin que utiliza indicadores de gestión en sus procesos administrativos es excelente porque le permite evaluar, observar, analizar y estudiar los métodos estadísticos sobre la información de las empresas. Sin embargo, mediante la investigación observamos que no solo la forma de evaluar es en términos cualitativo sino también cuantitativo porque permite a las empresas del cantón la libertad evaluar el comportamiento o desempeño de sus actividades económicas, y de esta manera obtener un buen desempeño empresarial.

4.2 Procesos claves para alcanzar la efectividad administrativa.

Según (Franklin, 2007, pág. 96) “Informar sobre procesos y funciones claves, además se utiliza en el proceso administrativo para:

- Controlar la operación
- Prevenir e identificar desviaciones que impidan el cumplimiento de los objetivos estratégicos.
- Determinar costos unitarios por áreas y programas
- Verificar el logro de las metas e identificar desviaciones.”

Indicadores de gestión nos permite tener un conocimiento más amplio sobre la información de los procesos y funciones de las empresas. En la investigación realizada nos percatamos que estos procesos si se dan en las empresas del cantón la libertad porque le ayuda a controlar las operaciones para verificar y asegurarse que los resultados sean positivos. Prevenir e identificar todos los tipos de derivaciones que impiden cumplir los objetivos de la empresa.

4.3 Prácticas fundamentales asociadas con la efectividad administrativa.

Según (Whetten, 2005) “Pfeffer (1998) identificó siete prácticas fundamentales asociadas con la efectividad administrativa y organizativa: afirmar la seguridad del empleo, contratar selectivamente a la gente, fomentar la descentralización y los equipos auto-administrados, instituir niveles altos de paga basados en el desempeño, capacitar ampliamente, reducir las diferencias de estatus y compartir información.”

Los administradores, gerentes y/o propietarios son factores directamente influyentes en el desarrollo de sus empresas ya que como líderes aspiran alcanzar un nivel superior a otras competencias en el mercado del cantón La Libertad por que aplican todas las siete prácticas fundamentales asociadas con la efectividad administrativa y organizativa, sin embargo, estos parámetros que llevan a cabo no los están planteando de una manera correcta con su personal. Lo importante y recomendable sería que anualmente se haga una inspección por parte de los administradores de

las empresas para saber alguna anomalía que tenga su personal en el desempeño laboral para con su empresa y de que de ésta forma surjan cambios cambio y se fortalezca el mejoramiento de la efectividad administrativa de cada una de las empresas.

5. CONCLUSIONES.

Es fundamental tener en cuenta en las empresas el uso de los indicadores de efectividad, así mantenemos la organización y la adecuada administración evitando los problemas que afectan de manera directa a la institución excluyéndola de la competencia de mercado, debido a esto el gerente debe poseer los conocimientos adecuados sobre la administración y dirección para cumplir con los propósitos planteados en la empresa.

El uso de recursos por parte de una empresa y el cumplimiento de metas definidas con anterioridad, pueden determinar si se alcanzó los principios de eficiencia, y eficacia, que a su vez conduce a la efectividad empresarial, lo cual sirve como objeto de motivación y conlleva a la efectividad de las empresas.

La confianza entre los individuos de una institución genera un entorno agradable que contribuye al buen funcionamiento organizado que refuerza de una u otra manera la estabilidad y mejoramiento de una empresa en cuanto a sus funciones.

La motivación laboral es muy importante para el respectivo desarrollo de una empresa, junto con la utilización de técnicas y herramientas que el gerente y el personal encargado del talento humano llevan a cabo para obtener un mejor funcionamiento de la empresa.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Beltrán Jaramillo, J. M. (2010). *Indicadores de Gestión*.

Cornejo, J. (2012). *Grandes Pymes*. Obtenido de <http://www.grandespymes.com.ar/2012/12/10/definicion-y-caracteristicas-de-los-indicadores-de-gestion-empresarial/>

Franklin Fincowsky, E. B. (2001). *Auditoría Administrativa*. México: McGraw-hill Interamericana Editores, S.A de C.V.

Franklin, E. B. (2007). *Auditoría Administrativa*. México: Pearson Educación.

Freire Egas, M. A. (2013). *Propuesta de mejoramiento a los procedimientos de control interno administrativo de la EMPRESA S & M CÍA. LTDA. Productos para floristería y artículos en vidrio*. Sangolquí: ESPE.

Lusthaus, C. (2001). *Mejorando el desempeño de las Organizaciones*.

Ortiz, A. (30 de November de 2010). *Joomla*. Obtenido de <http://florbe.com/pe/administracion-de-empresas/efectividad-en-la-administracion>

Prieto Herrera, J. E. (2012). *Gestión Estratégica Organizacional*. Bogotá: ecoe ediciones.

SENPLADES. (2013).

Whetten, D. (2005). *Desarrollo de Actividades Directivas*. México: Pearson Educación.

022. ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL BURN OUT SOBRE EL DESEMPEÑO LABORAL. CASO DE ESTUDIO: AVIACIÓN COMERCIAL.

Analysis of the influence of burn out on job performance. Case of study: Commercial Aviation

Autores:

Mary Laura BARBERÁN VERA¹

Isidro FIERRO²

RESUMEN

El *burn out* se conceptualiza como una enfermedad psicosocial laboral que afecta a los colaboradores que trabajan prestando servicios a personas, al presentar un desgaste físico y emocional, al despersonalizar las acciones del colaborador hacia su trabajo y sus clientes, y al reducir la realización personal del mismo desmotivándolo notablemente. Por otra parte el desempeño laboral se lo define como el resultado de acciones concretas y medibles del colaborador aportando al objetivo central de la organización. En este estudio, se realizó una investigación bibliográfica sobre la relación entre el *burn out* y el desempeño laboral, encontrándose estudios empíricos donde se muestran cómo las personas que sufren de *burn out* han reducido su desempeño en el trabajo. Por otro lado, se analizó casos de aerolíneas exitosas las cuales manteniendo estrategias centradas en la motivación y el ambiente de sus colaboradores logran tener altos niveles de desempeño y transformarse en la primera preferencia entre los clientes.

Palabras clave:

Burn out, Desempeño laboral, Motivación, Aerolíneas.

¹ Ingeniera en Marketing, Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Ecuador. E-mail mlbarberan@uees.edu.ec.

² MBA. Decano de la Escuela de Estudios Internacionales Universidad Espíritu Santo. Profesor Universidad Espíritu Santo. Ecuador.

ABSTRACT

Burn out is conceptualized as a psychosocial occupational disease that affects employees who work to people, presenting a physical and emotional exhaustion, to depersonalize the actions of the employee toward their work and their customers, and reducing personal accomplishment. Job performance is defined as the result of concrete and measurable actions to gain the central objective of the organization. In this study, a bibliographic research on the relationship between burn out and job performance was performed, it found empirical studies that show how people suffering from burn out have reduced their job performance. On the other hand, it was found cases of successful airlines who maintain strategies focused on motivation and good environment for its employees achieve high levels of performance and become the first preference among customers.

Key words

Burn out, Job performance, Motivation, Airline.

Clasificación JEL
JEL Classification

M31

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

En 1961, en una novela escrita por Greene llamada *Burn Out Case*, se menciona por primera vez un caso de *Burn out*, donde se relata la vida de un arquitecto, que al estar desilusionado y agotado, renuncia a su trabajo para ir a la selva africana (Maslach, Schaufeli, y Leiter, 2001). En este mismo artículo, se menciona lo complejo que ha sido poder relacionar el estrés y agotamiento laboral de la persona con el trabajo.

Pero es en 1970 cuando inician los primeros estudios del *burn out* en trabajadores de servicios humanos y médicos (Maslach et al. 2001). En esta primera etapa de estudio, el *burn out* se basa en la influencia de las emociones y estresores personales dentro del trabajo.

Freudenberg en 1974 citado por González, Souto, Freire, Fernández, y González (2016), define al *burn out* como una pérdida constante de energía, interés y compromiso, además de síntomas de ansiedad, agotamiento, insensibilidad y agresividad hacia los pacientes, en el caso de los profesionales de la salud.

Posteriormente, Maslach (1976) realizó un estudio cualitativo donde percibe que el tratar de superar el agotamiento propio del trabajo, lleva a los colaboradores a modificar su imagen profesional y su comportamiento. Es así que el *burn out* al ser un síndrome que afecta en su mayoría a las personas que trabajan con personas, podría ser catalogado como una enfermedad psicosocial laboral (Gil_Monte, 2009).

Cuando los psicólogos industriales u organizacionales empiezan a estudiar al individuo y su efecto dentro del comportamiento organizacional, sale a relucir cómo estas dimensiones psicológicas del ser humano afectan al desempeño laboral de las organizaciones (Robbins y Judge, 2013).

El desempeño se conceptualiza como una actuación medible y observable por parte de un individuo para lograr un resultado (Willman y Velasco, 2011). Acorde con lo anteriormente descrito. para Toro en 1992 citado por Willman y Velasco (2011) define al desempeño laboral como acciones realizadas por el colaborador de una organización con la finalidad de cumplir con una tarea o metas, las mismas que tienen la influencia de otros factores dados por el cargo o la organización.

Para Lu, Guo, Luo, y Chen (2015) el desempeño laboral también es considerado como el resultado de múltiples investigaciones sobre los factores personales de los individuos en el trabajo.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Puesto que el *burn out* es un síndrome que se presenta en poblaciones de alto contacto con clientes, se ha tomado como muestra el desempeño de funciones de tripulantes de cabina de pasajeros, que son las personas encargadas sobre todo de la seguridad de los pasajeros durante el vuelo (Rico-Jaime y Lee-González, 2013). Pero también son aquellas personas que dan el valor agregado a la aviación comercial. La

seguridad es un pilar intrínseco que abanderan todas las aerolíneas, por este motivo es importante reconocer los niveles de *burn out* que pueden llegar a sufrir los tripulantes y así mantener los altos estándares de seguridad que exige la industria. Por otra parte ¿cómo logran diferenciarse una aerolínea de otra? no es más que por el servicio que prestan y cuando se habla de servicio se determinan muchas variables tales como: los asientos, el sistema de entretenimiento, la comida, el tipo de avión, pero sobre todo el talento humano que hace que lo tangible cobre valor.

En este estudio se enfoca el síndrome del *burn out* al personal de aviación comercial. De acuerdo a la Dirección General de Aviación Civil del Ecuador, los tripulantes de cabina están regulados por leyes nacionales que los proteje de un tiempo de vuelo determinado y de un período de servicio, adicionalmente cuentan con una clara especificación de tiempo de descanso que deben cumplir (Castro y Araujo, 2012); sin embargo estos tripulantes conviven con su cliente en un espacio confinado por muchas horas y enfrentan situaciones críticas como: exigencias constantes, situaciones médicas con distintos niveles de gravedad, situaciones inusuales y emergencias; todo esto sumado a una serie de factores personales como alejarse de las familias en fechas importantes, turnos rotativos, trastornos alimenticios y de sueño lo que los hace susceptibles a padecer este síndrome. Pero al mismo tiempo, deben mantener una imagen de confianza y calidez para dar un servicio de calidad.

JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVO

¿Cuánto valor le da la aerolínea a su talento humano? Este informe en una primera fase no trata de cuantificar ni investigar el enunciado anterior, pero sí se busca conceptualizar cómo el clima laboral al que está expuesto las tripulaciones de cabina al interior de los aviones, visto como un proceso cíclico, podría afectar o aportar al desempeño de estas personas y por ende la eficiencia y rentabilidad de la empresa. Según Fierro (2013) en su estudio de comportamiento organizacional positivo, menciona que en esta era de globalización, las organizaciones deben aceptar que el talento humano liderado por buenas y asertadas prácticas directivas, son el recurso inimitable que les permitira sobrevivir y ser sostenibles ante la competencia. La calidad de vida y el reconocimiento de los colaboradores deben ser el objetivo central de las organizaciones dejando de lado a la productividad.

El estudio del síndrome ha tenido un amplio desarrollo en los últimos años, y ha aportado a la comprensión de los procesos de estrés asistencial, organizacional y académico, con miras a mejorar la calidad de vida de los colaboradores y estudiantes. (Domínguez, Hederich, y Sañudo, 2010, p. 132)

En consecuencia al mejorar la calidad de vida de los colaboradores, se logra que ellos estén más satisfechos a la hora de trabajar, es importante mitigar este síndrome como posible causa de un mal desempeño laboral o de falta de compromiso.

MARCO CONCEPTUAL

BURN OUT

Según Rosado-Tapia y Almanza-Muñoz (2011, p. 142)

El *burn out* es un síndrome psicológico de agotamiento emocional, despersonalización y reducida realización personal que puede ocurrir en individuos normales, que trabajan con personas. El agotamiento emocional se refiere a los sentimientos de no poder dar más de sí al nivel emocional, y a la disminución de los propios recursos emocionales. La despersonalización se refiere a una respuesta de distancia negativa, sentimientos y conductas cínicas, respecto a otras personas, que son normalmente los usuarios del servicio o del cuidado. La reducida realización personal se refiere a la disminución en los propios sentimientos de competencia y logro en el trabajo.

Schaufeli y Greenglass, (2001) conceptualizan al síndrome del *burn out* como un desgaste físico, emocional y mental; siendo este el resultado de una relación a largo plazo en la que la persona se enfrentó a situaciones laborales que han sido emocionalmente demandantes; este síndrome en la actualidad afecta a todo tipo de profesión (Salanova, Bresó, y Schaufeli, 2005; Arias G. y Nuñez C., 2015).

Así mismo Marmani, Obando, Uribe y Vivanco (2007) definen al *burn out* cómo el resultado de la interacción entre las características personales del colaborador y el entorno laboral en el que se desenvuelve, luego de padecer estrés crónico.

A partir de esto Fong, HO, y S.M (2014) decidieron poner en práctica *el Copenhagen Burnout Inventory (CBI)* que es una de las herramientas que analiza el *burn out*, la misma que lo hace desde el punto de vista de tres dimensiones distintas y niveles a los que podría llegar un empleado:

El desgaste personal como un primer nivel que permita reconocer que tan fatigado está el colaborador.

El desgaste relacionado con el trabajo, para conocer cuánto están colaborando los temas laborales en esa fatiga personal.

El desgaste relacionado con el cliente como en un tercer nivel, permite identificar en qué medida la relación con el cliente influye en la fatiga personal.

No obstante Salanova *et al.* (2005) consideran que de las tres dimensiones del *burn out*, solo el agotamiento y el cinismo son la parte medular de este síndrome. La eficacia profesional, como se define a esta tercera dimensión, la considera como un modulador entre las demandas del trabajo y el *burn out*; y más bien atribuyen la falta de realización personal a ineficacias personales, como la falta de confianza en sí mismo.

FACTORES QUE INFLUYEN EN EL *BURN OUT*

Rios, Carrillo, y Sabuco (2012) mencionan que el desgaste del *burn out* se produce por variables de tipo personal o individual.

Para Consiglio, Borgogni, Alessandri, y Schaufeli (2013) el nivel individual de *burn out* en grupos de trabajo producen una falta de recursos que podrían contribuir a *burn out* grupal.

Según Pérez (2013), aquellas organizaciones con jornadas laborales largas están más propensas a tener colaboradores más vulnerables y a padecer este síndrome, este mismo autor en su investigación muestra datos de la Organización Internacional del Trabajo y la Organización Mundial de la Salud (2003), donde se manifiestan que a pesar de que la fuerza laboral de los países son las que aportan en la economía, también son aquellas que están más descuidadas en temas de salud ocupacional.

Por otro lado, Maslach, *et al.* (2001) atribuyen el *burn out* a tres factores primordiales: Características del trabajo, Características ocupacionales y características de la organización.

Manteniendo estas características, en una investigación realizada a médicos residentes mexicanos, Miranda *et al.* (2013) detallan estos factores y mencionan que el *burn out* se hace presente con mayor fuerza en el primer año de trabajo. Dentro de los factores se identifican las siguientes variables: las largas jornadas laborales, sobrecarga del trabajo, privación del sueño, quejas de familiares, pacientes, entre otros.

Adicionalmente, González *et al.*, (2016) mencionan las variables organizacionales y ocupacionales tales como: falta de comunicación y confianza entre compañeros, presión de tiempo, ambigüedad en el cargo, el éxito profesional como detonantes del *burn out*.

Pérez (2013) y Henson (2016) en sus investigaciones, también mencionan que las mujeres son el género más vulnerable a sufrir del *burn out*, debido a que además de la carga laboral que enfrentan, luego del trabajo se encuentran con demandas del hogar que las hacen ser más sensibles a padecer de agotamiento emocional.

Con respecto al grado académico, para Solano, Hernández, Vizcaya, y Reig (2002) a mayor grado académico, los trabajadores tienen más responsabilidad y por ende son más vulnerables al *burn out*; mientras que en la investigación de Pérez (2013) muestra que el personal con menor nivel de estudios se enfrentan a trabajos más operativos y con mayor contacto de clientes, tienden a una mayor despersonalización en sus responsabilidades laborales.

De igual manera, se identifican a los jóvenes profesionales, como personas que enfrentan una falta de realización personal, al encontrarse con una realidad diferente a las expectativas que habían creado sobre su carrera o trabajo (Pérez, 2013).

Cabe resaltar que al inicio de la vida laboral de las personas no es fácil manejar las quejas de familiares y pacientes (Miranda *et al.* 2013); luego, como tal vez pase en muchas otras profesiones, se aprende a usar inteligencia emocional como un recurso valioso para evitar la influencia y desarrollo del *burn out*, tal como lo indica Nastasa y Farcas (2015); Yilmaz, Kürsad, Altinkurt, Guner, y Bilial (2015). Sin embargo, no siempre se logra este manejo y por el contrario, al pasar los años las personas se

vuelven menos sensibles ante las necesidades de los clientes, despersonalizando sus acciones y en muchos casos creando un rechazo con acciones negativas.

También, el agotamiento, el distanciamiento y pérdida de expectativas, son los tres factores que arrojó la investigación de Moreno J., Gálvez H., Garrosa H., y Mingote A. (2006) realizada en una primera fase a 485 médicos y en una segunda fase a 100 médicos de centros asistenciales de atención primaria.

Todo este análisis permite adelantarse a las posibles consecuencias que puede generar el *burn out* en el desempeño laboral (Barrios y Illada, 2013); (Kumar, 2015).

DESEMPEÑO LABORAL

El desempeño laboral es el resultado de los comportamientos y acciones medibles y observables por parte de los colaboradores para contribuir con el logro de los objetivos de la organización (Díaz, Hernández, Isla, Delgado, Díaz, y Rosales, 2014).

Sanin y Marisa (2014) mencionan a Toro (2002) y Toro (2010) para quien el desempeño laboral no es otra cosa más que el resultado de una o varias acciones por parte del colaborador, de la misma manera afirman que el desempeño laboral es el resultado de acciones propias del cargo, acciones que van más allá de lo que se espera del cargo y el cumplimiento de normas de la organización.

Por otra parte Salas (2010) define al desempeño laboral como la conducta profesional y personal de los colaboradores en la organización. Este concepto es compartido por Candell, Soler, y Meseguer de Pedro (2014) quienes agregan que el desempeño laboral es el resultado de la interacción de estas conductas con el entorno en el que se desenvuelve el colaborador.

Chiavenato (2002), citado por Chiang y San Martin (2015) define el desempeño laboral como la eficacia de los colaboradores dentro de las organizaciones, guardando una estrecha relación con los resultados que se obtengan (Rodrigues y Rebelo, 2009; Robbins y Judge, 2013).

Para Torres y Zegarra (2015) el desempeño laboral es un conjunto de acciones concretas, de igual manera para Willman y Velasco (2011) es el resultado de las tareas realizadas por el colaborador en conjunto con los factores personales, las condiciones de contexto y las condiciones de desempeño, así también como las habilidades cognitivas del colaborador para comprender las indicaciones de las actividades por realizar (Kell, Motowidlo, Martin, Stotts, y Moreno, 2014; Aldosiry, Alkhadher, AlAqraa, y Anderson, 2015).

FACTORES DEL DESEMPEÑO LABORAL

Entre los factores personales se considera la motivación, personalidad, trabajo en equipo; como condiciones del contexto se mencionan al tipo de cargo, el estilo de liderazgo que recibe, la satisfacción de la persona hacia la organización y como condiciones de desempeño entran las diferentes competencias y habilidades del colaborador. Para el caso de las organizaciones de servicio, es importante tomar en

cuenta que entre las competencias y los factores personales debe existir esa vocación hacia el cliente y su satisfacción (Bulent, Auh, Katsikeas, y Sung, 2016).

Estas capacidades y habilidades en conjunto con las necesidades individuales del colaborador e interactuando con la esencia del cargo y los objetivos de la organización son características que componen el desempeño según Chiang, Méndez y Sánchez (2010), quienes aseguran que este desempeño debe reflejar la eficiencia organizacional.

Para Lu, Guo, Luo, y Chen (2015) en la actualidad no basta con tomar en cuenta los factores personales, competencias y habilidades del colaborador, sino que en los estudios de desempeño laboral se hace relevante incluir la influencia de las redes sociales sea que estas sean parte del trabajo o no. Como ejemplo se observó que en su estudio a *bloggers* de una corporación encontraron que hay una relación directa entre el lazo que se genera por medio de las redes sociales y el desempeño laboral, pudiendo ser positivo o negativo para lo cual se tomaron en cuenta otro tipo de variables.

Alessandri, Borgogni, Schaufeli, Caprara, y Consiglio (2015) en su investigación a 338 agentes de seguridad afirman que la orientación y comportamientos positivos están estrechamente relacionados con el desempeño laboral; de la misma manera Salanova y Schaufeli (2008); Robbins y Judge (2013) consideran que las herramientas de trabajo y las características que conllevan el cargo tienen una relación positiva con el desempeño laboral de los colaboradores.

En este mismo sentido para Consiglio et al. (2013) la autoeficacia laboral en contextos específicos están estrechamente relacionados como un antecedente importante para un adecuado desempeño laboral y comportamiento organizacional.

En los momentos en que las organizaciones se encuentran en crisis es cuando más relevancia tiene el desempeño laboral como un indicador de la eficacia organizacional. Para lograr esta eficacia es importante cuantificar el desempeño laboral a través de herramientas de medición, para lo cual es esencial que las características del cargo estén declaradas y las herramientas sean proporcionadas y entregadas, así mismo establecer un plan de seguimiento al colaborador; es por eso que desde inicio del siglo XX la medición del desempeño laboral es una herramienta clave en la gestión del talento humano (Hoffman- Miller, 2014).

Dentro de las dimensiones que se toman en cuenta para medir el desempeño laboral están:

- La toma de decisiones, que es el proceso en el cual se realiza la elección entre opciones para resolver situaciones.
- La responsabilidad, que es la conciencia del individuo para reflexionar, administrar y valorar las consecuencias de sus acciones.
- Principios de responsabilidad, donde se abarca el cumplimiento responsable de las labores.

- Compromiso organizacional, es la identificación del colaborador con los valores organizacionales.
- Participación, es en qué medida se involucra el colaborador en las actividades de la organización en pro del cumplimiento de los objetivos organizacionales, estas dimensiones fueron mencionadas por Valdés (2009) en el trabajo de (Chiang y San Martin (2015).

RELACIÓN ENTRE EL *BURN OUT* Y EL DESEMPEÑO LABORAL

Pérez (2013); Miranda, Gallardo, Bernardino, y Quintero (2013) afirman que el síndrome del *burn out* desvalora a la persona o al empleado afectando su desempeño laboral.

Mientras tanto Vargas, Cañadas, Aguayo, Fernandez, y De la Fuente (2013) identificaron la antigüedad en el puesto y la profesión, la satisfacción laboral, la especialización y el turno laboral como variables laborables que tienen relación con las tres dimensiones del *burn out*: agotamiento emocional, despersonalización y reducida realización personal. Este estudio se lo realizó a profesionales de enfermería, y se identificó que la satisfacción laboral y la especialización son variables predominantes en la incidencia del *burn out*.

Marmani, *et al.* (2007) en su estudio teórico sobre los factores que desencadenan el estrés y sus consecuencias en el desempeño laboral del personal de salud, encontraron que el *burn out* repercute en el desempeño del colaborador con la institución, al presentar deterioro en la calidad de su servicio, ausentismo y otros aspectos dentro de la ejecución de sus tareas.

Por otro lado Papanis y Panagiotis (2008) en su estudio sobre el efecto del *burn out* en profesores en Grecia, mencionan que el *burn out* afecta significativamente la forma en que se transmite el conocimiento a los alumnos, afectando claramente su desempeño como docente, esto lo atribuyen mucho al ambiente en el que se desenvuelve la profesión, a las demandas y restricciones por parte de los padres de familia pero también a los líderes de la organización. En el mismo sentido en un estudio realizado a 91 profesionales de un departamento federal de bomberos, se encontró que existe una estrecha relación entre la forma de liderar y el estilo de comunicación de los líderes y el *burn out*, incrementando el cinismo y el agotamiento emocional al momento de desempeñar sus funciones (Becker, Halbesleben y O`Hair, 2005).

A pesar de existir amplia literatura acerca del *burn out*, son escasos los estudios con respecto a este síndrome en la industria aeronáutica, tal como lo afirman Araujo y Castro (2012); a pesar de que sus colaboradores son personas que clasifican con alta probabilidad para sufrir de *burn out*. Por este motivo y sabiendo que el servicio al cliente es el segundo pilar más importante, las aerolíneas deberían designar recursos para determinar el nivel de desgaste que sufren sus colaboradores y de esa manera buscar las medidas preventivas y reactivas, si fuera el caso, para asegurar el buen desempeño y la rentabilidad de su negocio. Araujo y Castro (2012) en su estudio

realizado en el 2010 a 8 colaboradores representantes de los 3 turnos de una organización de aviación Brasileña, encontró información poco relevante con respecto al *Burn out*, apenas un 6.12 % mostró agotamiento profesional. Sin embargo; el 29.6 % de los encuestados se encontraron en estado de "riesgo". De este 6.12 % que padeció de agotamiento profesional, lo relacionaron al clima organizacional y al hecho de sufrir en un lapso de una semana 3 episodios que salen de la normalidad de las actividades, al ambiente en el que se desenvuelven y a la falta de tiempo para realizar actividades distintas al término de la jornada laboral.

En el 2010, se realizó un estudio a 109 pilotos aviadores militares, encontrándose una prevalencia del síndrome del 6.4 %, de los cuales un 17.4 % corresponde por agotamiento emocional asociada al estado civil del piloto y al tipo de aeronave que operan y su nivel de rotación; el 16.5 % al cinismo o despersonalización lo cual se lo relaciona con las horas laborables y otro 16.5 % a la eficacia profesional no encontrándose relación con ninguna dimensión, con este estudio Rosado-Tapia y Almanza-Muñoz (2011) sugieren la importancia de encontrar medidas para el cuidado integral de la salud personal de las personas involucradas en el campo aeronáutico, debido al riesgo inherente que causaría el desgaste del desempeño en esta actividad que sobrepasa los límites de lo individual y que más bien tienen un impacto en la comunidad.

Con la finalidad de conocer la satisfacción laboral y su relación con el desempeño, Cardona, Ramirez y Pardo (s.f.) realizaron una investigación a los 18 colaboradores (82%) de la oficina de la Aerolínea LAN en Cartagena encontrando que el desarrollo personal que la organización ofrece a los colaboradores, es un indicador fundamental para la alta motivación que ellos cuentan, lo que sirve como antídoto para el *burn out*.

Por otra parte en el 2011, se investigó a 55 tripulantes de cabina de una aerolínea mexicana, encontrándose que más del 50 % de los encuestados presentaron tensión mental, emocional y física que los afectaba en un grado moderado a intenso pudiendo ser el inicio de una enfermedad física pero también de un síndrome psicosocial como el *burn out* (Rico-Jaime y Lee-González, 2013).

Las aerolíneas esperan que sus tripulantes siempre estén satisfechos, pero no siempre es así, por lo que al tener que proyectar una emoción que no es la real es cuando surge una disonancia emocional creando sentimientos de frustración, ira, resentimiento que son factores claves para el desgaste emocional o *burn out* lo cual es considerado un factor clave al momento de medir el desempeño laboral (Robbins y Judge, 2013).

Cuando se analizan casos exitosos de gestión de recursos humanos en compañías de aviación, para garantizar un buen desempeño de los colaboradores se hace hincapié en el estilo de liderazgo de los ejecutivos, el tipo de comunicación que utiliza la organización y los factores personales de cada colaborador (Flouris, Yilmaz, Durak y Tanriverdi, 2016).

Uno de los problemas que ha tenido que enfrentar *British Airways* en los últimos años, es no reconocer que la empresa está hecha por personas y que si estas personas no están emocionalmente estables y felices no van a tener un adecuado desempeño laboral; mientras que, por otro lado la compañía *Jet Blue* disminuyó su tasa de rotación y aumentó su eficiencia en desempeño laboral cuando puso a las personas y sus emociones sobre las decisiones; por ejemplo cuando tomo la decisión de que los colaboradores de su call center trabajaran desde sus casas logrando armonizar la familia con el trabajo (Ledwidge, 2007).

Virgin Atlantic Airways, una de las aerolíneas más prestigiosas de Inglaterra y que se ha convertido en una de las organizaciones modelo del siglo XXI, se caracteriza por tener un alto desempeño de sus colaboradores, gracias al liderazgo de su CEO Richard Branson, para quien las personas son su gran recurso. En una entrevista realizada por Kets de Vries, Branson (1998) indicó que las decisiones que se toman en la organización no son en relación al consumidor, que para él primero son sus colaboradores, luego los clientes y en último lugar los socios y proveedores. Branson dice estar seguro que el buen desempeño de sus colaboradores es basado en el ambiente que mantiene en la organización donde la gente se siente motivada, satisfecha y disfrutando de su trabajo; lo cual se traduce en clientes satisfechos al beneficiarse de la experiencia agradable que le brindan sus colaboradores.

En el caso de la aerolínea *Southwest*, sus directivos reconocen que sus colaboradores son sujetos a sufrir un estrés inherente debido al tipo de trabajo, las largas jornadas laborales y las estrictas regulaciones que tienen que cumplir; por este motivo invitan a sus colaboradores a contrarrestar estos aspectos con humor, a seguir sus instintos dentro de los límites de la lógica. De esta forma se aseguran de que el agotamiento no afecte su desempeño laboral (Thomas, 2015).

CONCLUSIÓN

Se ha encontrado en la bibliografía que el *burn out* es una enfermedad psicosocial laboral que afecta al colaborador en su desempeño en su trabajo. Cuando el colaborador se encuentra desmotivado, cuando es sometido a extensas jornadas laborales, al no contar con todas las herramientas necesarias para realizar su trabajo y estar bajo múltiples demandas organizacionales y de las personas con las que mantiene contacto, puede llegar a sufrir el síndrome del *burn out* teniendo como consecuencia un agotamiento emocional. Este no le permite ser eficiente al momento de desempeñar sus labores, al presentar despersonalización o cinismo en todas las acciones a realizar pudiendo provocar un conflicto con sus pares. Al mismo tiempo al brindar un mal servicio a los clientes y presentar reducida realización personal, el colaborador evidencia desmotivación bajando su productividad al no cumplir con todas las tareas impuestas por el cargo ni entregar un poco más de lo que la organización espera del colaborador.

A pesar de no encontrarse muchos estudios que evidencien cuanto afecta el *burn out* al desempeño laboral a los tripulantes de cabina, en la presente investigación bibliográfica se encontrarán cuatro estudios empíricos donde se evidencian la importancia de profundizar el estudio del *burn out* en la industria de la aviación, dado del impacto masivo que tendría una baja en el desempeño de los colaboradores de esta industria, por trascender del ámbito individual los resultados de sus acciones.

Por otro lado debido a la competitividad del sector aéreo, algunas aerolíneas han procurado establecer claras diferencias en ámbitos como el aumento de frecuencias y servicios cada vez más personalizados, sin embargo esto ha expuesto a los tripulantes de cabina a situaciones que podrían derivar en esta enfermedad psicosocial, y dada la complejidad y alto impacto que podrían tener como consecuencia, se hace importante buscar estrategias para minimizar este síndrome. Las organizaciones deberían destinar recursos a mejorar el ambiente de trabajo, a entregar empoderamiento, generar compromiso, humor y promover prácticas laborales orientadas a las personas. El centrar las decisiones basados en los colaboradores permite a las organizaciones en este caso a las aerolíneas lograr que sus personas tengan altos niveles de desempeño y ¿Por qué no lograr a través de ellos una ventaja competitiva inimitable?

REFERENCIAS

- Aldosiry, K., Alkhadher, O., AlAqraa, E., & Anderson, N. (2015). Relationships between emotional intelligence and sales performance in Kuwait. *Journal of work and Organizational Psychology*, 39-45.
- Alessandri, G., Borgogni, L., Schaufeli, W., Caprara, G., & Consiglio, C. (2015). From Positive Orientation to Job performance: The Role of Work Engagement and Self-efficacy Beliefs. *Journal Happiness Stud*, 16, 767-788.
- Araujo, L., & Castro, M. (2012). Burnout syndrome and Brazilian civil aviation: a short essay on the focus on prevention. *Work*, 2959 - 2962.
- Arias G, W. L., & Nuñez Cohello, A. L. (2015). Síndrome de Burnout en supervisores de seguridad industrial en Arequipa. *Ciencia & Trabajo*, 17(52), 77 -82.
- Barrios, M., & Illada, R. (2013). Valoración del Desgaste laboral como riesgo psicosocial. *Ingeniería Industrial*, 12(1), 69 - 76.
- Becker, J., Halbesleben, J., & O`Hair, D. (2005). Defensive communication and Burnout in the workplace: The mediating role of leader-member exchange. *Communication Research Report*, 22(2), 143-150.
- Branson, R. (1998). Charisma in Action: The transformational abilities of Virgin`s Richard Branson and ABB`s Percy Barnevik. (K. d. Manfred F.R, Entrevistador)
- Bulent, M., Auh, S., Katsikeas, C., & Sung, Y. (Enero de 2016). When does (Mis)Fit in Customer Orientation Matter for Frontline Employees`Job Satisfaction and Performance? *Journal of Marketing*, 80, 65-83.
- Candel, M. J., Soler, M. I., & Meseguer de Pedro, M. (2014). Las competencias de Bartram como predictoras del desempeño en el sector del juego. *Universitas Psychologica*, 13(1), 2017 - 215.
- Cardona, D., Ramirez, C. V., & Pardo, A. (s.f.). Satisfacción laboral y su relación con las mejoras en el desempeño e innovación en la Organización LAN Airlines de la ciudad de Cartagena. *UEES*.
- Castro, M., & Araujo, L. (2012). Burnout syndrome and Brazilian civil aviation: a short essay on the focus on prevention. *Press and the Authors*, 41, 2959 - 2962.
- Chiang, M., & San Martin, N. (2015). Análisis de la Satisfacción y el Desempeño Laboral en los Funcionario de la Municipalidad de Talcahuano. *Ciencia & Trabajo*(54), 159 - 165.

- Chiang, M., Méndez, G., & Sánchez, G. (2010). Cómo influye la satisfacción laboral sobre el desempeño: caso empresa retail. *Theoria*, 19(2), 21-36.
- Consiglio, C., Borgogni, L., Alessandri, G., & Schaufeli, W. (2013). Does self-efficacy matter for burnout and sickness absenteeism? The mediating role of demands and resources at the individual and team levels. *Work and Stress*, 27(1), 22-42.
- Díaz, D., Hernández, E., Isla, R., Delgado, N., Díaz, L., & Rosales, C. (2014). Factores relevantes para aumentar la precisión, la viabilidad y el éxito de los sistemas de evaluación del desempeño laboral. *Papeles del Psicólogo*, 115 - 121.
- Dirección General de Aviación Civil del Ecuador. (s.f.). Recuperado el 4 de Diciembre de 2014, de <http://www.aviacioncivil.gob.ec/>
- Domínguez, C. C., Hederich, C., & Sañudo, J. E. (2010). El burnout académico: delimitación del síndrome y factores asociados con su aparición. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42(1), 131-146.
- Fierro, I. (2013). Comportamiento Organizacional Positivo: Implicaciones para la Organización Actual. *Revista Saber, Ciencia y Libertad.*, 8(2), 103 - 111.
- Flouris, T., Yilmaz, A., Durak, S., & Tanriverdi, G. (2016). Linkages between risk and human resources management in aviation: An empirical investigation and the way forward in selection of ideal airport business executive. *Proceedings of the Multidisciplinary Academic Conference*, (págs. 268 - 279).
- Fong, T., HO, R. T., & S.M, N. (2014). Psychometric Properties of the Copenhagen Bournout Inventory - Chinese Version. *The Journal of Psychology*, 148(3), 255 - 266.
- Gil_Monte, P. R. (2009). Algunas razones para considerar los riesgos psicosociales en el trabajo y sus consecuencias en la salud pública. *Revista Española de Salud Pública*, 83(2), 169 - 173.
- González, R., Souto, A., Freire, C., Fernández, R., & González, L. (2016). La autoestima como variable protectora del burn out en estudiantes de fisioterapia. *Estudios sobre educación*, 30, 95 - 113.
- Grau, J. B., Vallejo, R. d., & Serra, E. d. (2009). El clima de equipo como antecedentes del burnout y de las manifestaciones psicossomáticas. *Ansiedad y Estrés*, 2-3(15), 279 -289.
- Henson, J. W. (2016). Reducing Physician Burnout Through Engagement. *Journal of Healthcare Management*, 61(2), 86 -89.

- Hoffman- Miller, P. (2014). Job Performance. *Salem Press Encyclopedia*.
- Kell, H., Motowidlo, S., Martin, M., Stotts, A., & Moreno, C. (2014). Testing for independent effects of prosocial knowledge and technical knowledge on skill performance. *High Performance*, 27, 311 - 327.
- Kristensen, T., Borritz, M., Villadsen, E., & Christensen, K. (2005). The Copenhagen Burnout Inventory: A new tool for the assessment of burnout. *Work & Strees*, 19(3), 192-207.
- Kumar, S. (2015). Influence of spirituality on burnout and job satisfaction: A study of academic professionals in Oman. *South Asian Journal of Management*, 22(3), 137 - 175.
- Ledwidge, J. (2007). British Airways: the case for a human makeover. *Human Resource Management International Digest*, 15(5), 7-10.
- Lu, B., Guo, X., Luo, N., & Chen, G. (2015). Corporate Blogging and Job Performance: Effects of Work-related and Nonwork-related Participation. *Journal of Management Information Systems*, 32(4), 285 - 314.
- Marmani, A., Obando, R., Uribe, A. M., & Vivanco, M. (2007). Factores que desencadenan el estrés y sus consecuencias en el desempeño laboral en emergencia. *Per Obst Enf*, 3(1), 44 - 50.
- Marrau, M. C. (2009). El síndrome de quemarse por el trabajo (burnout), en el marco contextualizador del estrés laboral. *Fundamentos en Humanidades*, X(l), 167 / 177.
- Maslach, C. (1976). Burn-out. *Human Behavior*, 5, 16-22.
- Maslach, C. (1993). Professional Burnout. *Taylor and Francis*, 19-32.
- Maslach, C., Schaufeli, W. B., & Leiter, M. P. (2001). Job Burnout. *Annu. Rev. Psychol*, 52, 397 - 422.
- Miranda, S. E., Gallardo, G. B., Bernardino, C. A., & Quintero, L. G. (2013). Desgaste Profesional y calidad de vida en médicos residentes. *Rev Med Inst Mex Seguro Soc*, 5(51), 574-9.
- Moreno J, B., Gálvez H, M., Garrosa H, E., & Mingote A, J. C. (2006). Originales: Nuevos planteamientos en la evaluación del burnout. La evaluación específica del desgaste profesional médico. *Atención Primaria*, 38(10), 544-549.

- Nastasa, L.-E., & Farcas, A. D. (2015). The Effect of Emotional Intelligence on Burnout in healthcare professionals., (págs. 78 - 82).
- Pando M, M., Aranda B, C., & López P, M. d. (2015). Validez Factorial del Maslach Burnout Inventory - General Survey en ocho países Latinoamericanos. *Ciencia & Trabajo*, 17(52), 28 - 31.
- Papanis, E., & Panagiotis, G. (2008). Development of a Scale / Inventoru to mesure educators`professional adaptation of Educators (Job satisfaction, stress and burn-out). *The Journal of International Social Research*, 481 - 503.
- Pérez, J. P. (2013). Efecto del Burnout y la sobrecarga en la calidad de vida en el trabajo. *Estudios Gerenciales*(29), 445-455.
- Rico-Jaime, V., & Lee-González, A. (2013). Estrés y fatiga operacionales en sobrecargos de aviación mexicanos. *Revista de Sanidad Militar*, 67(3), 77-97.
- Rios, M. I., Carrillo, C., & Sabuco, E. d. (2012). Resiliencia y Síndrome de Burnout en estudiantes de enfermería y su relación con variables sociodemográficas y de relación interpersonal. *International Journal of Psychological Research*, 5(1), 88-95.
- Robbins, S. R., & Judge, T. A. (2013). *Comportamiento Organizacional* (Decimoquinta ed.). Mexico: Pearson.
- Rodrigues, N., & Rebelo, T. (2009). Work Sample Tests: Theri relationship with job perfomance and job experience. *Revista de Psicología del trabajo y las organizaciones.*, 25(1), 47 - 58.
- Ruiz, E., Gómez-Quintero, H., & Lluís, S. (2013). Validation of the Copenhagen burnout inventory to asses professional burnout in Spain. *Revista Española de Salud Pública*, 87(2), 165 - 179.
- Rutherford, B. N., Hamwi, G. A., Friend, S. B., & Hartmann, N. N. (2011). Measurign salesperson burnout: A reduced Maslach Burnout Inventory for sales researchers. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, XXXI(4), 429 - 440.
- Salanova, M., & Sachaufeli, W. (2008). A cross-national study of work engagement as a mediator between job resources and proactive behaviour. *The International Journal of Human Resource Management*, 116 - 131.
- Salanova, M., Bresó, E., & Schaufeli, W. B. (2005). Hacia un modelo espiral de las creencias de eficacia en el estudio de Burnout y del Engagement. *Ansiedad y Estrés*, 11(2-3), 215 - 231.

- Salas, R. (2010). Propuesta de estrategia para la evaluación del desempeño laboral de los médicos en Cuba. *Revista Cubana de Educación Médica Superior*, 24(3), 387 - 417.
- Sanin, J. A., & Marisa, S. (2014). Satisfacción laboral: el camino entre el crecimiento psicológico y el desempeño laboral en empresas colombianas industriales y de servicios. *Universitas Psychologica*, 13(1), 1-22.
- Schaufeli, W., & Greenglass, E. (2001). Introduction to special issue on burnout and health. *Psychology and Health*, 16, 501-10.
- Solano, R., Hernández, V., Vizcaya, M., & Reig, F. (2002). Síndrome de burnout en profesionales de enfermería de cuidados críticos. *Enfermería Intensiva*(13), 9-16.
- Tapia, M. M., & Muñoz, T. C. (2011). Prevalencia del síndrome de burnout en una muestra de Aviadores Militares Mexicanos. *Sanid Milit Mex*, 4(65), 141-147.
- Thomas, M. (2015). Strategic principles at Southwest Airline. *Strategic Direction*, 10-12.
- Torres, E., & Zegarra, S. (2015). Clima organizacional y desempeño laboral en las instituciones educativas bolivarianas de la ciudad Puno - 2014 - Perú. *Comuni@cción*, 6(2), 5 - 14.
- Trindade, L. d., Lautert, L., & Beck, C. L. (2009). Coping Mechanisms used by non-burned out and burned out workers in the family health strategy. *Latino-am Enfermagem*, 15(5), 607-12.
- Vargas, C., Cañadas, G., Aguayo, R., Fernandez, R., & de la Fuente, E. (2013). Which occupational risk factors are associated with burnout in nursing? A meta-analytic study. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 14, 28-38.
- Willman, S., & Velasco, M. (2011). Relación en las percepciones del estilo de liderazgo del jefe inmediato con el desempeño laboral de los estudiantes en práctica de la Universidad ICESI. *Estudios Gerenciales*, 27(118), 67-84.
- Yilmaz, Kürsad, Altinkurt, Y., Guner, M., & Bilial, S. (2015). The Relationship between teachers`emotional labor and burnout level. *Eurasian Journal of Educational Research*, 59, 75 - 90.

ANEXOS

Anexo 1: Factores en común entre el *Burn out* y el Desempeño

Persona	Organización	Cargo
Motivación	Liderazgo	Largas jornadas
Interes	Comunicación	Horarios rotativos
Compromiso	Sistema de gestión de Talento Humano	Herramientas de trabajo
Energía	Objetivos de la organización	Sobre Carga
Desconfianza		Ambigüedad
		Sobrevaloración del cargo

Fuente: Elaboración propia

023. E- LEARNING COMO ESTRATEGIA PARA LA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN EL PROCESO DE CAPACITACIÓN: CASO- BANCO PRIVADO DE GUAYAQUIL- ECUADOR.

Autores:

Verónica Rodríguez Cotrina

veronik_arc@hotmail.com

Ingeniera en Administración de Empresas

Universidad Ecotec- Ecuador

Mónica Llanos Encalada

monicallanos@hotmail.com

Doctorante en Administración

Universidad de la Habana

Docente Titular- Universidad Ecotec- Ecuador

Abstract

Over time, the development of human talent that makes up an organization has been a subject of little recognition at the administrative level. Human talent management involves global management, in which training is one of the edges of great importance to the development of knowledge and skills, which will favor high performance. Thanks to new information technologies, specifically the Internet, training processes in the Bank of the Pacific, can be optimized depending on the application of an E-Learning platform, as traditional processes present some difficulties such as high costs; greater amount of time availability and schedules, must cover a large number of collaborators. For the development of this research, the qualitative approach was used, with an exploratory, descriptive and documentary research. He went with the inductive and analytical-synthetic methods and application of techniques: document review and interviews with experts. After completion of the investigation, it was determined benchmark costs of current training in the Bank the impact of these on the personal and work time employees.

Keys words

e-learning e-training human talent

Resumen

A través del tiempo, el desarrollo del talento humano que conforma una organización ha sido un tema de poco reconocimiento a nivel administrativo. La gestión del talento humano involucra una gestión global, en la cual la capacitación es una de las aristas de gran importancia para el desarrollo de conocimientos y habilidades, las cuales van a favorecer un alto desempeño. Gracias a las nuevas tecnologías de información, específicamente el Internet, los procesos de capacitación en el Banco,

objeto de estudio, pueden ser optimizados en función de la aplicación de una plataforma E-Learning, ya que los procesos tradicionales presentan algunas dificultades tales como altos costos; mayor disponibilidad en cantidad de tiempo y horarios, debiendo cubrir un alto número de colaboradores. Para el desarrollo de la presente investigación, se utilizó el enfoque cualitativo, con un tipo de investigación exploratoria, descriptiva y documental. Se utilizó los métodos inductivo y analítico-sintético, además la aplicación de técnicas como la revisión documental y entrevistas a expertos. Luego de realizada la investigación, se pudo determinar los costos referenciales de las capacitaciones actuales del Banco y la incidencia de estas, en el tiempo personal y laboral de los empleados.

Palabras Claves

Capacitación

E- learning

Talento Humano

INTRODUCCIÓN

Debido a la rápida expansión de la tecnología y todo lo relativo a lo digital y al internet, el mundo ha evolucionado en comunicación e información, lo cual influye directamente en la capacitación profesional de personas al interior de las organizaciones. La nueva era digital, implica el desarrollo y aplicación de nuevas tecnologías, que hacen la vida mucho más fácil y rápida. En especial, cuando la tecnología es aplicada a los procesos de capacitación, se reduce costos y tiempo.

Los métodos tradicionales de capacitación al personal, conlleva muchos costos: movilización de los colaboradores; alimentación; material didáctico; personal, entre otros. Contrario a ello y gracias al avance tecnológico y a la modernización de la difusión de la comunicación, se cuenta actualmente con plataformas por medio de las cuales se desarrollan “acciones formativas a través de Internet, que permite a los usuarios crear cursos, dar de alta usuarios, usar herramientas de comunicación, etc.”. (Centro de formación permanente, 2016).

El E-Learning o también conocido E- Training, es la forma de capacitación predominante en el presente y futuro cercano. Presenta muchos beneficios en cuanto a flexibilidad y tiempo destinados a la capacitación, ya que no se requiere que un grupo de personas coincidan en tiempo y espacio, por el contrario, permite mayor agilidad, ya que la comunicación a través de sistemas en la red confiere rapidez y velocidad a las comunicaciones y reducción de costos.

En el Ecuador, las organizaciones invierten muy poco en capacitar a sus colaboradores, precisamente por los altos costos que esto representa, menos aún en la innovación e implementación de nuevas tecnologías para dictar cursos de formación profesional “In Company”¹.

El Banco de estudio, tiene aproximadamente 3.000 empleados a nivel nacional, con 104 agencias en varias provincias. Las capacitaciones actuales, demandan muchos gastos en logística, además del tiempo, tanto del personal de capacitación como de los colaboradores. En Quito, Manta y Galápagos existen enlaces de Desarrollo Humano que se encargan de lo operativo; las gestiones, aprobaciones y logística en general son ejecutadas desde Guayaquil, en donde se encuentra la Jefatura del Departamento.

Actualmente las capacitaciones del banco son tradicionales, se realizan charlas y talleres, lo cual implica reunir a un número mínimo de participantes a costos muy altos, puesto que se cubre varios gastos aparte de los honorarios del instructor. La metodología es cien por ciento presencial, lo que trae consigo la dificultad de gestionar la coordinación y ejecución, considerando las interrupciones a jornadas de trabajo y en el caso de los fines de semana, la negativa del personal de sacrificar su

¹ In Company: Cursos dictados en las instalaciones de la Organización.

tiempo de familia, es por esto que, es necesario encontrar alternativas de capacitación que se apeguen a las nuevas tecnologías de información, optimizando costos.

Ante lo expuesto, el objetivo central de la presente investigación es: determinar los beneficios de las plataformas E-Learning como estrategia para optimizar recursos de capacitación en relación a la forma tradicional utilizada actualmente. Para ello, se parte del análisis del modelo de capacitación actual, frente a la alternativa del E-learning como estrategia tecnológica de capacitación que propenda a la optimización de los recursos destinados.

LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

La necesidad de contar con un área para administrar los Recursos Humanos en las organizaciones, surgió a partir de la Revolución industrial. En los aportes realizados por Taylor sobre la teoría administrativa, se introduce la división del trabajo para la maximización de los resultados de producción y ganancias. Bajo este esquema, se reduce al individuo a una máquina, como un eslabón más de la cadena operativa y de producción en línea. Pese a que se presenta una concepción sumamente mecanicista del trabajador, fue el primero en describir la necesidad del recurso humano organizado para obtener un fin común dentro de una organización. (Taylor, 1911)

Posteriormente, Henry Fayol desarrolló la teoría administrativa, con una visión un poco más humanista, en la que involucra además de la división del trabajo, factores que influirán de manera directa en los individuos, como la justa remuneración; la estabilidad del personal; el trabajo en equipo; la iniciativa; el interés general; etc. (Wood, 2002) Posteriormente, Elton Mayo incluye las necesidades sociales y la importancia de los grupos en las organizaciones, así contribuyó a incorporar, labores que incluían el carácter social a tomar en cuenta al valorar el desempeño y la solución de posibles conflictos laborales. (Kliksberg, 1978)

En tiempos de la Revolución Industrial, hasta la década de 1980, los procesos de selección se limitaban al ingreso de personas para que cumplan con una tarea de cualquier manera, sin fijarse en competencias y habilidades requeridas para el desempeño de un cargo, prefiriendo tener a una persona que pueda realizar las tareas operativamente, sin reconocer el talento creativo, emprendedor y estratégico. No existía un sistema de recompensas (monetarias) que se base en objetivos alcanzados.

En cuanto a capacitación, esta se limitaba al entrenamiento del personal para el manejo de maquinaria por medio de actividades seriadas y repetitivas; el sistema de pago de incentivos, se aplicaba escasamente. A través del tiempo, la función del recurso humano se desarrolló, y evolucionó hasta convertirse en una de las áreas de

mayor importancia en las organizaciones. Por lo tanto, actualmente, se debe velar, no solo por el bienestar físico de los empleados, sino también por el psicológico, ya que ellos son los responsables del progreso, rentabilidad y permanencia en el tiempo de la organización.

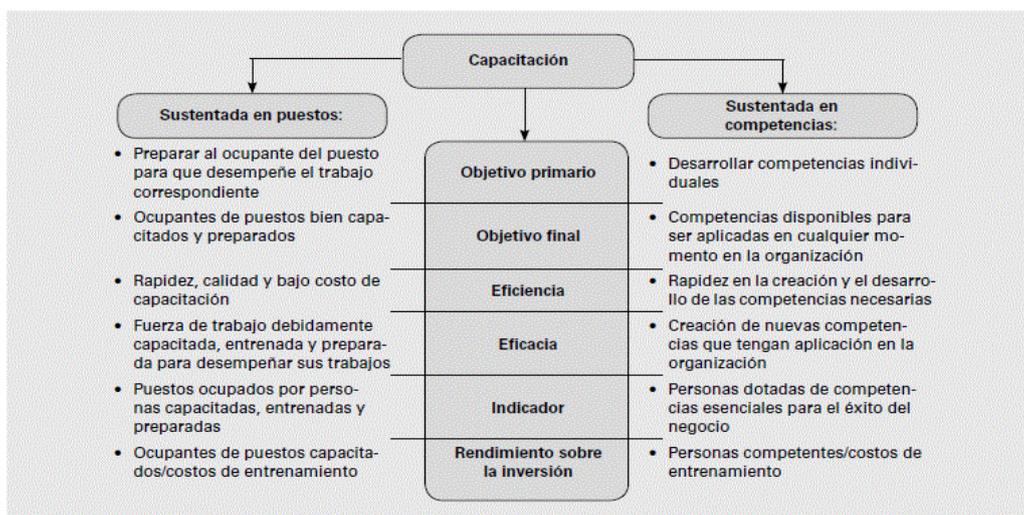
CAPACITACIÓN

La capacitación dentro de las organizaciones, en sus inicios, se consideró un medio para preparar a la persona designada a realizar un trabajo determinado, es decir un entrenamiento de tareas específicas. Hoy en día, constituye un pilar fundamental para el correcto desempeño de los colaboradores, no solo desde en el nivel operativo, sino en cada uno de los niveles de dirección hasta la alta gerencia.

La innovación y la competencia son elementos decisivos para el mejor desempeño de una organización en relación a otra, por ello la *capacitación no es gasto, es inversión*. Para evitar confusiones en cuanto a los términos que se utilizan comúnmente, se debe definir las palabras: adiestramiento, capacitación y desarrollo. A pesar de que son concepciones similares, el adiestramiento se define como “la habilidad o destreza adquirida, por regla general en el trabajo preponderantemente físico” Por otro lado, “la capacitación incluye el adiestramiento, pero su objetivo principal es proporcionar conocimientos sobre todo en los aspectos técnicos del trabajo”. (Valdivia, 1966) Por último, el desarrollo, se refiere al diseño de programas para el desarrollo de habilidades para preparar a los empleados a un ascenso en el futuro. (Stoner, 1992)

En la siguiente figura, se muestra claramente, las diferencias entre la capacitación tradicional y la capacitación actual, aplicada al fortalecimiento de las habilidades necesarias para alcanzar un objetivo común en la organización. (Chiavenato, 2009)

Figura 1: Diferencias entre capacitación sustentada en puestos y capacitación sustentada en competencias.



Fuente: Gestión del Talento Humano, Idalberto Chiavenato.

Con la introducción de la llamada “era del conocimiento”, las organizaciones tienen una visión más humanista del trabajo, los directivos están cada vez más preocupados por la capacitación de sus colaboradores, por medio de esta se hace posible una orientación más estratégica de las personas, ya que estas ponen su talento para el desarrollo de una tarea o actividad que impacta directamente en la competitividad y regalías que genera la empresa (Talento en expansión , 2016).

Para Idalberto Chiavento (2009), existen cuatro etapas básicas de la capacitación en general:

- Diagnóstico de necesidades de capacitación (DNC)
- Decisión de la estrategia a utilizar. (Diseño)
- Implantación de la acción.
- Evaluación de los resultados.

En primer lugar, la capacitación inicia con un diagnóstico de necesidades, en cuanto a la empresa en general (análisis organizacional), las personas (análisis de recursos humanos), del departamento (análisis de puestos) y de la capacitación realizada (efectividad de la capacitación). En segundo lugar, es considerada una estrategia, ya que el diseño del programa de capacitación debe hacerse, sobre la base de los objetivos organizacionales. Tercero, en cuanto a la implantación de la acción, se refiere a la ejecución de la misma. Según Siliceo Aguilar (2004) existen varias técnicas y métodos para ejercer la capacitación, sea esta de índole técnico específica o de información y formación en general. Y, por último, la evaluación de resultados busca obtener la medición del conocimiento adquirido gracias a la aplicación del programa, y así contar con la información necesaria para evidenciar el nivel de acierto/error en la ejecución de posteriores capacitaciones.

NUEVAS TENDENCIAS

En el mundo globalizado actual, caracterizado por las nuevas tecnologías de información, la principal ventaja competitiva de una organización, son las personas que trabajan en ellas, (Talento en expansión , 2016). Los principales subsistemas de los Recursos Humanos se han reinventado y adaptado a los cambios sustanciales de la actualidad, alineándose a la nueva *era del conocimiento*. El personal de la organización es considerado el eslabón principal sobre el cual las cualidades creativas deben ser desarrolladas, así como los productos y servicios, lo cual impactará en la diferenciación de una organización a otra. (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012)

Procesos como la selección de personal, se realizan sobre la base de las competencias requeridas para un cargo, esto quiere decir que previo a la contratación de una persona, se realiza un inventario de las necesidades de conocimiento y de habilidades que debe poseer el postulante, a esto se denomina

“las competencias” necesarias para el desempeño de un cargo. (Alles, 2016) Además, los medios de la web social se han posicionado como herramientas cien por ciento necesarias para ambos lados de la situación laboral; del lado organizacional para la convocatoria de los candidatos a un puesto, y de los profesionales interesados, ya que se les otorga un conocimiento previo de la empresa y de las oportunidades laborales que tendrán en ella. (Talento en expansión , 2016).

En cuanto a la capacitación, se han implementado nuevas estrategias, sin embargo, el proceso se mantiene, se inicia la detección de necesidades de capacitación; el segundo paso es el que varía (estrategia) y en el que se han introducido nuevas tendencias en base a la implicación de la tecnología e innovación continua. Estrategias como el coaching y el mentoring son comúnmente utilizadas hoy en día, se las puede considerar de tipo motivacional con la inclusión de elementos cognoscitivos que ayudarán al colaborador a maximizar sus conocimientos y habilidades previas basados en la experiencia de éxitos o fracasos de su “mentor”, en el caso del mentoring. (Erazo, 2016).

Otra de las estrategias utilizadas, son las dependientes del contenido multimedia y el internet. Por medio de estas, se pueden optimizar los recursos monetarios y físicos al momento de realizar una capacitación, disminuyendo costos de traslados, contratación de instructores y logística en general. Los cursos formativos on-line, suelen ser esporádicos, se refiere a cursos que “simplemente se han subido a la red” (Martinez & Sánchez, 2016), en estos, se puede mencionar a los videos tutoriales, un blog en el que se explique cómo hacer algo, o realizar un test o evaluación on-line. La carencia de estos cursos es que no se cuenta con una retroalimentación o seguimiento de ningún tipo, sin embargo, son una solución temporal que se puede utilizar para reducir algún costo en la capacitación.

En cuanto al E-Learning, este, se basa en principios del aprendizaje integral, definido con “un amplio rango de aplicaciones informáticas instaladas en un servidor cuya función es la de facilitar al profesorado la creación, administración, gestión y distribución de cursos a través de Internet.” (Rodriguez, 2009). Además, no sólo, entrega la información que requiere el estudiante (en este caso el colaborador) sino que está presente en cada parte del proceso del aprendizaje, desde la impartición de los conocimientos, hasta el seguimiento posterior, asegurándose de que este se haya logrado. El portal informático (E-ABC, 2016) describe algunos beneficios que provee el E-Learning: reducción de costos; rapidez y agilidad; acceso just-in-time: los usuarios pueden acceder al contenido desde cualquier conexión a Internet; flexibilidad de la agenda: no se requiere que un grupo de personas coincidan en tiempo y espacio.

Las plataformas E-learning, además del curso, requiere de un especialista en la materia, quien es el que diseña el programa a fin de que la información sea útil y

relevante para el colaborador. Cada capacitación cuenta con una prueba de conocimientos referente al tema, además, de la retroalimentación referente al curso recibido, todo dentro de un mismo proceso cíclico, dentro de una misma plataforma que irá concatenando cada paso del aprendizaje, y por medio de la cual, no existirán gastos logísticos para la movilización y reunión de los colaboradores a los que esté dirigida. (Rodríguez, 2009)

MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo, tomando en consideración que la intención fundamental es profundizar desde la fundamentación teórica, la actividad práctica realizada. El tipo de investigación fue exploratoria, ya que se buscó conocer sobre el tipo de capacitación utilizada hasta el momento; descriptiva, porque se caracteriza y se detalla cada uno de los aspectos encontrados en el análisis de la documentación revisada, finalmente documental, ya que se examinaron los diferentes registros documentales que guarda el departamento en los que se definen los gastos obligatorios en los que se incurre por cada tipo de capacitación que se brinda en el Banco. Se utilizó además el método analítico para el análisis de las ventajas y desventajas de la capacitación tradicional versus las plataformas E- learning y la técnica de entrevista a expertos.

RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN.

Una vez analizado el manual de procedimientos de capacitación y desarrollo, se observa que aparte de especificar las gestiones de planeación de la capacitación, se determinan las políticas respecto a capacitaciones internas y externas: en cuanto a capacitaciones internas, bajo la modalidad "In Company", especificando los casos en que los colaboradores de otra localidad deban trasladarse a las ciudades sedes (movilización, alimentación, hospedaje) y con la contratación de un instructor externo, o el caso en el que se realiza la capacitación con un instructor interno, en la que los costos de capacitación se reducen considerablemente. El Banco asume los gastos de hospedaje, movilización y alimentación del instructor, así como de la logística en general correspondiente a la localidad.

En cuanto a capacitaciones externas, dictada por certificadoras o capacitadoras dentro o fuera del país, se describen gastos operativos fijos, sin mencionar valores específicos, costos variables, según la cantidad de participantes, lugar, movilización, hospedaje, material didáctico, etc. Para efectos explicativos que permiten ilustrar cada una de las situaciones generales, se obtuvo, en primer lugar, la gestión de un curso "In Company" en el que se muestran los gastos en los que se incurre, consta un presupuesto basado en la contratación de un instructor externo, con la variante de un instructor interno. En segundo lugar, se muestra el ejemplo de un curso externo, brindado por un proveedor en el que los participantes deben dirigirse hacia

las instalaciones del mismo, y su variante, cuando es un curso dictado en el exterior, en el que el participante debe viajar.

En la figura 1, se puede observar el gasto total en el que se incurre debido a rubros como refrigerio; material didáctico, honorarios del instructor; movilización, alimentación y hospedaje del instructor; local. Como se puede observar, los gastos logísticos varían de una localidad a otra, debido al número de colaboradores, sin embargo, el valor de la capacitación por persona es de aproximadamente \$18; en el caso de la localidad de Cayambe, el costo por participante asciende a \$93, este valor es asumido por las demás localidades, por lo que en promedio se gastaría un valor de \$30 por colaborador.

Figura 1: Presupuesto de costos en los que se incurre por curso de “Manejo de Finanzas Personales” – (In Company)

MANEJO DE FINANZAS PERSONALES - HERENCIA FAMILIAR															
MES	LOCALIDAD	# DE PERSONAS	COSTO CURSO	COFFE BREAK	COSTO TOTALCB	GRUPOS	MATERIAL	TOTAL MATERIAL	MOVILIZACIÓN	HOSPEDAJE	ALIMENTACION INSTRUCTOR	TOTAL LOGÍSTICA	IVA 12% LOGISTICA	TOTAL GENERAL	TOTAL POR MES
MARZO	AMBATO	84	\$ 550,00	\$ 2,50	\$ 210,00	3	\$ 3,00	\$ 252,00	\$ 260,00	\$ 90,00	\$ 18,20	\$ 830,20	\$ 99,62	\$ 1.479,82	\$ 8.889,12
MARZO	QUITO	622	\$ 550,00	\$ 2,50	\$ 1.555,00	21	\$ 3,00	\$ 1.866,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 145,60	\$ 5.006,60	\$ 600,79	\$ 6.157,39	
MARZO	RIOBAMBA	47	\$ 550,00	\$ 2,50	\$ 117,50	2	\$ 3,00	\$ 141,00	\$ 260,00	\$ 90,00	\$ 18,20	\$ 626,70	\$ 75,20	\$ 1.251,90	
ABRIL	GUAYAQUIL, DAULEY BABAHOYO	1306	\$ 550,00	\$ 2,50	\$ 3.265,00	44	\$ 3,00	\$ 3.918,00	\$ 1.500,00	\$ -	\$ -	\$ 8.683,00	\$ 1.041,96	\$ 10.274,96	\$ 12.624,77
ABRIL	CAYAMBE	11	\$ 550,00	\$ 2,50	\$ 27,50	1	\$ 3,00	\$ 33,00	\$ 260,00	\$ 90,00	\$ 18,20	\$ 428,70	\$ 51,44	\$ 1.030,14	
ABRIL	IBARRA	58	\$ 550,00	\$ 2,50	\$ 145,00	2	\$ 3,00	\$ 174,00	\$ 260,00	\$ 90,00	\$ 18,20	\$ 687,20	\$ 82,46	\$ 1.319,66	

**TODOS LOS VALORES MAS IVA, MENOS EL COSTO DEL CURSO POR SER UN FUNDACION

**GRUPO DE 30 PERSONAS

**EL INSTRUCTOR ES DE GUAYAQUIL POR LO QUE SEGÚN CONTRATO NO SE RECONOCE MOVILIZACIÓN, HOSPEDAJE Y ALIMENTACIÓN.

Fuente: 1 Registros del Departamento de Capacitación del Banco.

La siguiente tabla, refiere a una capacitación de tipo interna, se incurre en el gasto del instructor. Este curso se brinda a colaboradores por localidad, indistintamente del área o el cargo que posean, realizando la convocatoria a los mismos y reuniéndolos en un lugar común en las instalaciones del banco, ya sea un fin de semana, al inicio, final o durante la jornada laboral. Estos son cursos de asistencia obligatoria, de conocimiento general, o cursos dados por las entidades de control, en los cuales deben participar todos.

Figura 2: Costo por participante de capacitación "IN COMPANY"

LOCALIDAD	# DE PERSONAS	TOTAL GENERAL	COSTO POR PERSONA
AMBATO	84	\$ 1.479,82	\$ 17,62
QUITO	622	\$ 6.157,39	\$ 9,90
RIOBAMBA	47	\$ 1.251,90	\$ 26,64
GUAYAQUIL, DAULE Y BABAHOYO	1306	\$ 10.274,96	\$ 7,87
CAYAMBE	11	\$ 1.030,14	\$ 93,65
IBARRA	58	\$ 1.319,66	\$ 22,75
PROMEDIO			\$ 29,74

Fuente: 2 Elaboración propia

En el caso de capacitación dictada por instructores internos, la variación consiste en que, los gastos corresponden de movilización, hospedaje y alimentación del instructor por día, generalmente las capacitaciones de este tipo, suelen ir dirigidas hacia todo el personal, o todo el personal de negocios.

Figura 3: Curso IN COMPANY con instructor interno

PREVENCIÓN DE LAVADO DE ACTIVOS Y FINANCIACIÓN DEL TERRORISMO

LOCALIDAD	# DE PERSONAS	COFFE BREAK	COSTO TOTALCB	GRUPOS	MATERIAL	TOTAL MATERIAL	MOVILIZACIÓN	HOSPEDAJE	ALIMENTACION INSTRUCTOR	IVA 12% LOGISTICA	TOTAL LOGÍSTICA	TOTAL POR PARTICIPANTE
QUITO	673	\$ 2,50	\$ 1.682,50	21	\$ 3,00	\$ 2.019,00	\$ 1.260,00	\$ 630,00	\$ 768,60	\$ 763,21	\$ 7.123,31	\$ 10,58

**GRUPO DE 30 PERSONAS

HOSPEDAJE: \$90 POR NOCHE x 7 domingos

TICKET AEREO: \$180 UN TICKET x 7 días (3Cap. Diarias)

Alimentación: Según manual de movilizaciones, el BANCO cubre por concepto de Desayuno: \$18.30, Almuerzo: \$24.40 y Cena: \$24.40

Total por Día \$ 109,80

Fuente: 3 Registros del Departamento de Capacitación de Desarrollo Humano.

El costo logístico por participante es de \$10.58 en esta localidad, sin embargo, como se pudo observar en el ejemplo anterior, estos valores varían dependiendo del número de participantes, además, en estos rubros no se considera aspectos como instalaciones, seguridad, parqueadero, equipos de audio, ya que el banco posee todos esos materiales, adquiridos a manera de inversión. En cuanto a capacitaciones externas, se puede apreciar los siguientes valores:

Figura 4: Propuesta, para el desarrollo de programa de “Desarrollo de competencias en informática”

7. PROPUESTA ECONOMICA:

El valor total por el desarrollo del curso de “Desarrollo de competencias en informática”, a realizarse en la Ciudad de GUAYAQUIL, asciende a:

	Temas	No. Horas	No. Participantes por grupo	Inversión por participante	Total por curso
1	Elaboración de Documentos mediante Word	52	25	\$295.00	\$7,375.00
2	Elaboración de Presentaciones gerenciales con Power Point				
3	Manejo de Microsoft Outlook				

> LA INVERSIÓN INCLUYE:

- Diseño del programa de acuerdo a las necesidades específicas de la Empresa,
- Material académico por participante,
- Instructor,
- Instalaciones,
- Logística,
- Un Computador por alumno,
- Un refrigerio por sesión,
- Certificado de aprobación avalado por la ESPOL,
- Servicio de cafetería permanente,
- Parqueadero sin costo (solicitando sello de cortesía),
- Seguridad - guardiana privada.

Fuente: 4 Centro de Educación Continua de la ESPOL

Como se puede observar, el costo por participante en este curso es de \$295.00, en el que se incluye, además de la capacitación, la logística general, honorarios de instructor, instalaciones, material, refrigerio, etc. El número de personas referente es de 25 participantes, si no se cumple el cupo, el banco, debe cancelar la diferencia. Este tipo de cursos son básicos, y se brindan a los colaboradores que lo soliciten, previa aprobación del jefe inmediato. En estos casos, el tiempo será compartido, una o dos horas de la jornada laboral más una o dos horas del tiempo personal, dependiendo de la duración del curso. Este ejemplo, muestra uno de los cursos externos, cuyo valor fluctúa entre \$500 a \$2000, dependiendo del curso.

Un tercer caso de capacitaciones externas, es aquel que se da únicamente a ejecutivos de alto nivel, o especialistas en el área, son capacitaciones en las que se invierte mucho dinero y por lo que se espera tener un retorno de la inversión realizada de la mano de esa misma persona, obligándola a brindar sus servicios y conocimientos adquiridos durante los dos años siguientes posterior a su retorno, según se indica en el manual de procedimientos para la capacitación y desarrollo del personal del Banco.

En la siguiente figura, se muestra un presupuesto general de una de las capacitaciones en la que han participado funcionarios del Banco. En ella, se observa el costo de capacitación por dos participantes.

Figura 5: Presupuesto de gastos de curso en el exterior asumido por el Banco.

PRESUPUESTO DE CURSOS EXTERNOS EN EL EXTERIOR											
LOCALIDAD	NOMBRE DEL CURSO	PARTICIPANTE	FECHA DEL CURSO	COSTO DEL CURSO	IMPUESTOS 12% IVA	COSTO TOTAL CURSO	COSTO DE MOVILIZACION	COSTO DE HOSPEDAJE	VIÁTICOS	COSTO TOTAL	LUGAR
Guayaquil	VI Programa de certificación de coaching Ontológico	Participante 1	03 AL 07 DE MAYO DEL 2015	\$8.200,00	\$984,00	\$9.184,00	\$580,00	\$190,00	\$800,00	\$9.954,00	Colombia, Bogotá
		Participante 2		\$8.200,00	\$984,00	\$9.184,00	\$580,00	\$190,00	\$800,00	\$9.954,00	
TOTAL				\$16.400,00	\$1.968,00	\$18.368,00	\$1.160,00	\$380,00	\$1.600,00	\$19.908,00	

***Evento en el hotel sede, y se pagan viáticos desde el día que sale del país hasta que retorno, son \$100,00usd diarios. Hotel incluye desayuno y trasnfer. Los valores de hospedaje y movilización pueden variar.

Fuente: 5 Registros del Departamento de Capacitación del Banco

Como se puede observar, en el valor del curso se asumen gastos logísticos propios del programa, sin embargo, al ser un curso presencial, se incurren en gastos tales como: pasajes, estadías y viáticos diarios. Cabe recalcar, que estos valores son referenciales, ya que depende del lugar a donde se viaje para la consideración de los viáticos de los participantes, el costo del curso y del hospedaje.

La información obtenida de los documentos analizados, fueron corroborados por los expertos entrevistados: para la jefa de capacitación, los procesos de capacitación, son anticuados, sin embargo, es la manera en la que se debe manejar según procedimientos, en cuanto al presupuesto destinado para capacitación, este es de \$1,000,000, únicamente para el pago de cursos en el exterior, honorarios a profesionales, y capacitaciones de tipo externas dadas por centros de capacitación, además señaló que se solicita \$450,000 para la movilización de instructores, ya sean internos o externos, y de los colaboradores que por algún motivo lo requieran.

Respecto a los insumos de cafetería, se solicita una cantidad aproximada de \$400 mensuales, dependiendo del número de capacitaciones a ser dictadas en el mes. Para finalizar, otorgó su opinión favorable en cuanto a la posibilidad de implementar nuevas tecnologías, en este caso la informática virtual para el desarrollo, agilización de procesos y optimización de costos en el diseño de un programa de capacitación.

En cuanto a la opinión del gerente de desarrollo humano, este está al tanto de las nuevas tendencias de capacitación. Para él, los procesos de capacitación son una buena apertura y entrada al mundo virtual, ya que sería como una prueba previa a incluir los demás procesos de tipo administrativo de Recursos Humanos. Él está consciente de los gastos que se evitarían al realizar una capacitación de tipo virtual y no presencial, mas no tiene un comparativo real.

Finalmente, el gerente comercial de la empresa BussinesIT, indicó entre los beneficios, el tiempo, tanto para los capacitados como para los capacitadores, esto es, la eliminación de la coordinación del manejo de grupos en un mismo sitio y a una misma hora, haciendo que sea complicado no sólo para los colaboradores a cargo

de la logística, sino también para los colaboradores hacia los que deberá ir la capacitación, ya que deben dejar de hacer su trabajo o reuniones importantes por una capacitación presencial.

Indicó, además, el ahorro monetario considerable, ya que por medio de la tecnología E-Learning se reducen gastos de traslado, alimentación, hospedaje, etc. De las personas implicadas en una capacitación, debido a que, al ser esta una plataforma virtual, que está en una *nube*, otorga el acceso en cualquier momento y en cualquier lugar, siempre y cuando se mantenga un servicio activo de internet que permita el acceso vía web a los capacitados, de igual manera para los denominados – instructores internos- ya que no es necesario el traslado de la persona para dictar el curso, debido a que gracias a esta tecnología, se brinda el acceso a una o más personas en calidad de administrador quienes serán las responsables de gestionar la información, que deberá ser elaborada por un especialista experto en la teoría en la que se desea instruir, e ingresa la información también en línea, desde la comodidad de su hogar, oficina o hasta un parque, si así lo decidiera.

La capacitación E-Learning, es aproximadamente el cincuenta por ciento menor que una capacitación externa presencial, sea dentro o fuera del país, y a pesar de que en una capacitación “In Company” el costo por participante puede llegar a ser muy bajo, en el caso de la implementación de esta tecnología, los costos logísticos se reducen prácticamente a cero ya que no se requiere la contratación o movilización de ningún tipo de instructor. Sobre la base de la información recopilada se puede establecer un comparativo referencial en cuanto a los gastos totales en los que se puede optimizar el proceso de capacitación en el banco.

Las plataformas de aprendizaje virtual, requieren una inversión inicial y costo anual para su mantenimiento, sin embargo, es un monto considerablemente más bajo al monto presupuestado y solicitado para programas presenciales de capacitación.

Figura 6: Costos Referenciales de Implementación plataforma E-LEARNING

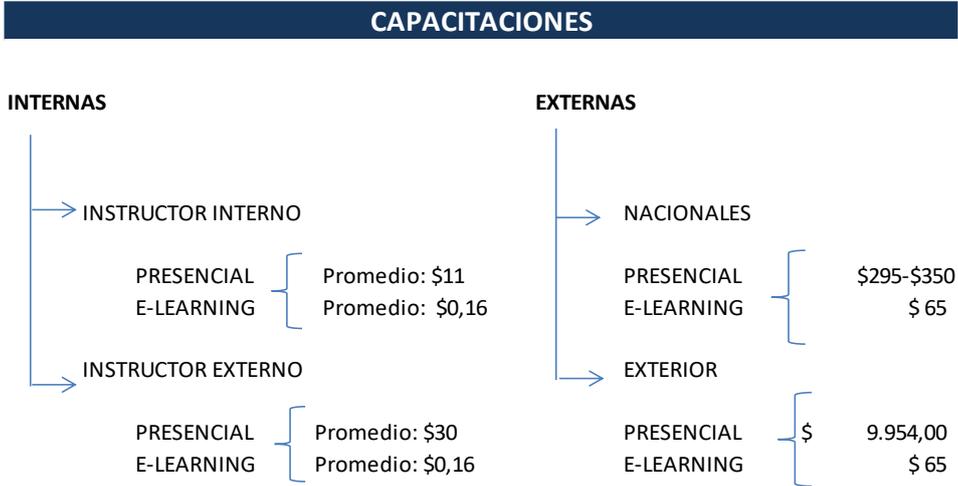
PLATAFORMA E-LEARNING				
COSTO PRIMER AÑO (IMPLEMENTACIÓN)				PROMEDIO TOTAL
\$ 183.559,41	\$ 15.296,62	por mes	PROMEDIO	
	\$ 191,21	por curso	\$ 0,25	
**80 cursos por mes				
COSTO SEGUNDO AÑO (MANUTENCIÓN)				
\$ 94.298,08	\$ 7.858,17	por mes	PROMEDIO	
	\$ 98,23		\$ 0,13	
**80 cursos por mes				

Fuente: 6 Elaboración propia

En la siguiente figura, se muestra un comparativo de costos entre las capacitaciones presenciales versus las virtuales. De acuerdo a la información recopilada y al análisis realizado, se puede observar que los costos se reducen al cincuenta por

ciento, pese a que existen casos eventuales de contratación presencial. Del presupuesto de 1'000,000.00 de dólares anuales, se puede llegar a solicitar el cincuenta por ciento.

Figura 7: Cuadro comparativo en el que se muestra costos presenciales vs. Virtualidad.



Fuente: 7 Elaboración propia.

Este ejemplo es un promedio referencial, lo que quiere decir que bajo ningún concepto representa un caso específico y que todos serán iguales, las capacitaciones en la actualidad varían en costos de acuerdo a los participantes, gastos y logística en general en los que se incurre, sin embargo, al momento de introducir una plataforma E-Learning, los bajos costos se convierten en fijos, ya que el gasto en el que se incurre es en la adquisición (en el año uno) y en el mantenimiento anual de la plataforma.

CONCLUSIONES.

Las nuevas tecnologías de información, específicamente el Internet, permite agilizar los procesos en general y reducir costos, lo que permite considerarlo como una estrategia a poner en marcha dentro de los subsistemas de la gestión del talento humano, en especial la capacitación a través de plataformas virtuales e- learning.

El Banco, es una organización grande, en la que actualmente la capacitación es un proceso que demanda grandes recursos financieros y de tiempo. Debido a esto, en muchas ocasiones los empleados ponen en riesgo su aprendizaje por no estar completamente comprometidos con la capacitación presencial, de igual manera el departamento de capacitación, debe dejar de lado uno u otro curso programado debido a los imprevistos suscitados a través del año y por la implicación del tiempo necesario para la coordinación de los mismos.

La plataforma E-Learning es un método de capacitación que permite el acceso de los empleados en cualquier momento. Su implementación y uso, permite la reducción de horas, sin afectar los intereses personales y laborales, pudiendo llegar en menor tiempo a mayor número de colaboradores.

Bibliografía

- Aguilar, A. S. (2004). Capacitación y desarrollo. LIMUSA S.A DE CV.
- Alles, M. (03 de 03 de 2016). *Martha Alles Capital Humano*. Obtenido de <http://www.marthaalles.com/notas-rrhh-competitividad-y-gestion.php>
- Centro de formación permanente. (22 de 01 de 2016). *Plataformas de e-learning*. Obtenido de <http://www.cfp.us.es/area-de-profesores-us/e-learning/plataformas-e-learning>
- Chiavenato, I. (1999). *Administración de Recursos Humanos*. McGraw Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. México: McGraw Hill.
- Departamento de Montes. (19 de 04 de 2016). *Depósito de Documentos de la FAO*. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/007/ad645s/ad645sm5/AD645S01.htm>
- e-ABC. (22 de 01 de 2016). *e-ABC*. Obtenido de <http://www.e-abclearning.com/definicion-e-learning>
- E-ABC. (22 de 03 de 2016). *E-ABC*. Obtenido de <http://www.e-abclearning.com/queeselearning>
- Erazo, J. E. (01 de 03 de 2016). *degerencia.com*. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulo/coaching-mentoring-y-mas>
- González, S. F. (15 de 04 de 2016). *UCLM*. Obtenido de http://www.uclm.es/profesorado/ricardo/MonografiasNNTT/Sandraweb/Mis%20Webs/nuevas_tecnolog%C3%ADas__magisterio.htm
- Kliksberg, B. (1978). *El pensamiento organizativo: del taylorismo a la teoría de la organización*. Buenos Aires: Paidós.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración - una perspectiva global y empresarial*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Los Recursos Humanos. (01 de 03 de 2016). *LosRecursosHumanos.com*. Obtenido de <http://www.losrecursoshumanos.com/diferencias-entre-coaching-y-mentoring/>
- Martinez, E., & Sánchez, S. (04 de 03 de 2016). *La enseñanza On-line*. Obtenido de http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0017ensenanza_online.htm
- Rodríguez, J. S. (2009). PLATAFORMAS DE ENSEÑANZA VIRTUAL PARA ENTORNOS EDUCATIVOS. *Revista de Medios y Educación*, 217-233.
- Stoner, J. (1992). *Administración*. Prentice hall.
- Talento en expansión . (28 de 02 de 2016). *Gestión de personas para las organizaciones líderes de la Era del Conocimiento*. Obtenido de <http://talentoenexpansion.com/2013/07/07/la-guerra-del-talento-ahora-se-gana-con-politicas-laborales-flexibles-y-una-excelente-marca-empresarial/>
- Taylor, F. (1911). *Administración Científica* . Barcelona: Ediciones Orbis.
- Valdivia, I. G. (1966). *Problemas de la Administración* . Mexico: Limusa-Wiley.
- Wood, J. C. (2002). *Henri Fayol: Critival evaluations in Business and Managment*. New York: Taylor&Francis Group.

024. LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y SU APLICACIÓN EN LAS COOPERATIVAS

Autor:

Daniel Roberto Espinoza Moreira

despinoza@ecotec.edu.ec

despinozamoreira@gmail.com

Magister en Administración de Empresas, Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES); Especialista en Proyectos de Consultoría, Universidad de Guayaquil; profesor a tiempo completo en Universidad Tecnológica Ecotec. Asesor y consultor de empresas; miembro de la red de Docentes de América Latina y el Caribe.

Resumen

Bajo la temática de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial, este documento tiene como objetivo o propósito analizar la situación de las cooperativas dentro del ámbito nacional, en contexto de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, publicada en el Registro Oficial N° 444 de 10 de mayo de 2011 y del Reglamento de aplicación (Registro Oficial N° 648 del 27 de febrero de 2012), en cumplimiento con lo dispuesto por la Constitución de la República de 2008.

La Ley dispuso la creación de la Secretaría de la Economía Popular y Solidaria, en la cual debía actualizarse la acreditación de los actores de la economía solidaria: cooperativas y asociaciones. Para las primeras existió la obligatoriedad de acreditar como mínimo 20 horas de capacitación sobre el marco jurídico y modelo de gestión de ese tipo de organizaciones.

La responsabilidad de capacitación fue asumida por el Instituto de la Economía Popular y Solidaria, quien acreditó instituciones especializadas en el área para impartir los cursos con el respectivo aval. La Fundación Portal para la Promoción Humana y el Desarrollo Social fue acreditada e impartió capacitación a 40 cooperativas, sobre las cuales investigó mediante la aplicación de un cuestionario las necesidades de capacitación y como resultado se señalaron la atención al cliente y en general las relaciones humanas como prioritarias.

Palabras claves: economía popular y solidaria, cooperativas, Fundación Portal, capacitación.

Antecedentes

De acuerdo a la línea de investigación del I Congreso Científico Sociedad del Conocimiento, Retos y Perspectivas en el área de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial, el presente documento tiene como objetivo analizar la gestión de las

cooperativas dentro de las disposiciones de la LOEPS y su Reglamento, en el área de la capacitación, como parte de la estrategia de fortalecimiento de los actores de la economía popular y solidaria.

El cambio de perspectiva de la economía popular y solidaria se produjo en el país a partir de la vigencia de la Constitución de la República, que en su artículo N° 283 establece que el sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y demás que la Constitución determine; y, que la economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Su institucionalidad se produjo a partir de la sanción de Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria – LOEPS, (Registro Oficial N° 444 de 10 de mayo de 2011) y del Reglamento (Registro Oficial N° 648 del 27 de febrero de 2012).

De ellos proviene la creación de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria (SEPS) como ente de control de las asociaciones y cooperativas.

El sector de EPS

En la actualidad la economía popular y solidaria cuenta con 8.154 organizaciones compuesta por cooperativas, asociaciones, cajas comunitarias, entre otros que cuentan con más de cinco millones de socios (SEPS, 2015).

De la cifra mencionada, 7237 pertenecen al sector de la economía real en la modalidad de cooperativas y asociaciones, organizaciones de integración y campesinas. Las restantes 917, componen el área financiera y corresponde a las cooperativas de ahorro y crédito.

En cálculos de la SEPS (2015) el sector de la economía popular y solidaría alcanzó el 10% del PIB y se caracteriza por el trabajo comunitario, siendo su prioridad cubrir las necesidades de los socios que componen las organizaciones.

La Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (LOEPS), define la economía popular y solidaria *como una forma de organización económica en la que sus integrantes, ya sea individual y colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios mediante relaciones basadas en la solidaridad, cooperación y reciprocidad, situando al ser humano como sujeto y fin de su actividad*, (Art. 1).

Según Sarria Icaza (2008), la economía solidaria, es un movimiento de actores sociales heterogéneos que se articulan e impulsan experiencias socioeconómicas alternativas a la acumulación capitalista.

Capacitación

En el art. 41 del Reglamento se establece la obligatoriedad de capacitación como requisito de renovación de la personería jurídica de las cooperativas ante la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria. “En el estatuto social de la cooperativa, se determinarán los requisitos para ser vocal de los consejos que contemplarán un tiempo mínimo de pertenencia a la cooperativa; y, acreditar capacitación en el área de sus funciones, antes de su posesión, por un tiempo no inferior a veinte horas...”

Esta tarea de capacitación fue asumida por el Instituto de la Economía Popular y Solidaria adscrito al Ministerio de Inclusión Económica y Social – MIES, quien convocó a las organizaciones sin fines de lucro como operadoras del programa, la Fundación para la Promoción Humana y el Desarrollo Social fue acreditada en el año 2013 e impartió programa a 41 cooperativas distribuidas en el territorio nacional en las regiones de sierra y costa.

El periodo de dictado de los cursos inició en octubre de 2013 y concluyó en marzo de 2015.

En la oportunidad se hizo un relevamiento de necesidades de capacitación con el objetivo de conocer las áreas que deberían ser fortalecidas, de acuerdo a las disposiciones del marco institucional.

Se aplicó un cuestionario que constaba de preguntas cerradas, a los integrantes de las juntas directivas y socios. El número de participantes por curso tenía como límite superior la cantidad de 30 asistentes.

Contenido de los cursos

El contenido del programa contemplaba el análisis del nuevo marco legal dado por las LOEPS, poniendo énfasis en las funciones de los integrantes de las Juntas Directivas y el desempeño de aquello que integrarían el consejo de vigilancia y el consejo de administración.

Otro de los módulos tenía como objetivo examinar la importancia del cooperativismo como forma de organización basada en la asociatividad para el logro de objetivos comunes en el emprendimiento económico o en aquellas iniciativas de autoempleo. Se destacaron los principios universales que sustentan el quehacer cooperativo. Es de destacar la importancia que se brindó al debate parlamentario, dentro de las organizaciones asociativas, como participar y como dirigirlo.

El último módulo fue dedicado a los fundamentos de la gestión administrativa contable dando los lineamientos básicos para el logro de eficiencia en la labor.

La metodología respondía a la andrología, altamente participativa con la aplicación de talleres y simulaciones que respondían a “aprender haciendo”

Presentación de los resultados de las encuestas aplicadas

Diagnóstico de necesidades de capacitación

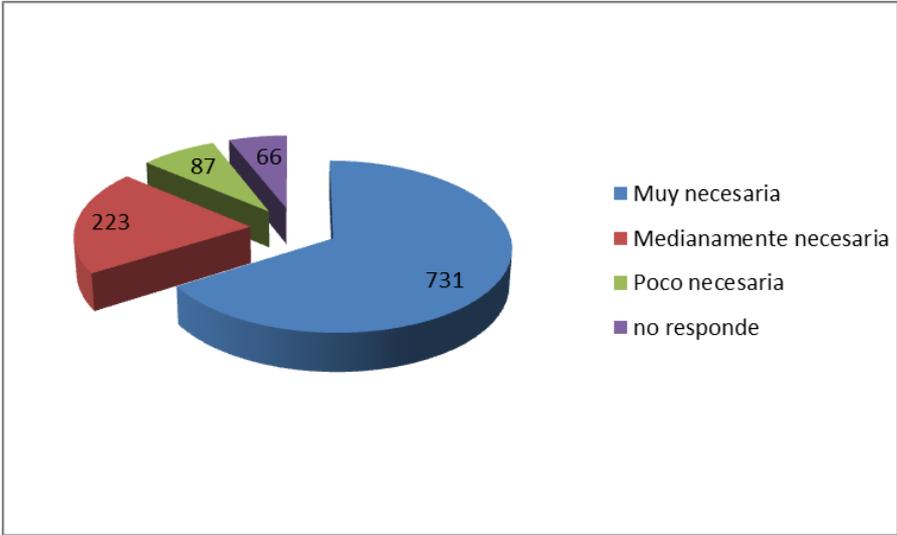
1. Servicio al cliente

Tabla 1. Servicio al cliente

Muy necesaria	Medianamente necesaria	Poco Necesaria	No responde	Total
731	223	87	66	1107

Las opiniones resaltan la necesidad de transferir las herramientas que permitan mejorar las relaciones con los clientes, en especial en aquellas cooperativas que tienen una afluencia importante como las de transporte de pasajeros, para 731 encuestados es muy necesaria, 223 lo consideran medianamente necesario, 87 que es poco necesaria y 66 no respondieron.

Figura 1 Servicio al cliente



Datos: Fundación Portal
Elaboración: Daniel Espinoza Moreira

Hay una gran necesidad de transferir herramientas que mejoren la atención a los clientes, para el 66% es muy necesaria, la necesidad es medianamente necesaria para el 19% y el 9% de los participantes considera la intervención poco necesaria y 5% no dio su opinión sobre el tema, no responde.

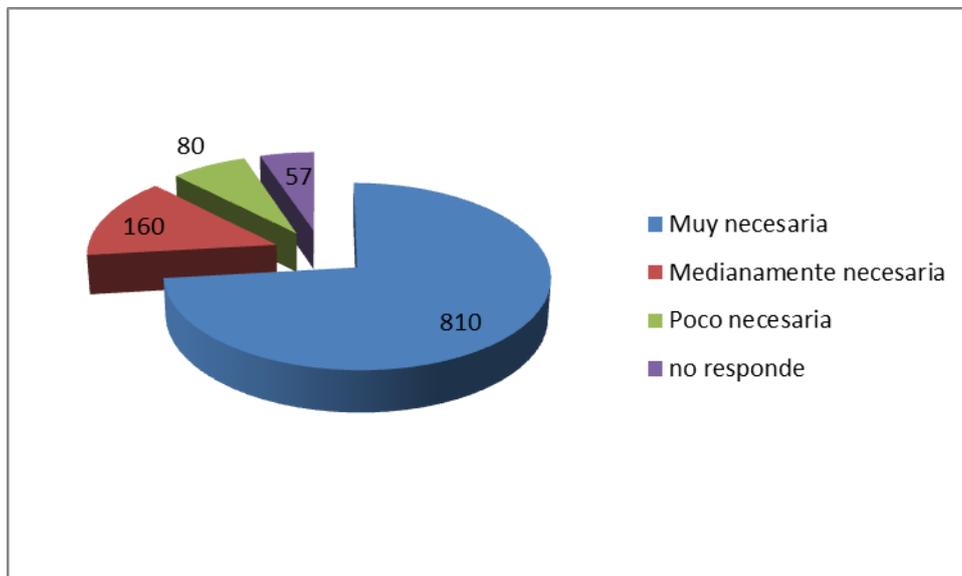
2. Relaciones Humanas

Tabla 2. Relaciones Humanas

Muy necesaria	Medianamente necesaria	Poco necesaria	No responde	Total
810	160	80	57	1107

Hay una marcada tendencia sobre fortalecer las habilidades en relaciones humanas a funcionarios y personal sobre el mejoramiento de las relaciones humanas, 810 participantes las consideran prioritarias, 160 opinan que es medianamente necesaria y 80 la consideran poco necesaria. No respondieron 57 asistentes

Figura 2. Relaciones humanas



Datos: Fundación Portal

Elaboración: Daniel Espinoza Moreira

El 66% del universo consultado afirma que es muy necesaria la capacitación en el desarrollo de habilidades de interrelación en personal y funcionarios, el 19% respondió que los considera medianamente necesaria, para el 9% es poco necesario y el 6% no respondió la pregunta.

3. Contabilidad y Gestión Financiera

La pregunta número tres indagó la necesidad de conocimiento en el área contable financiera, ya que tanto la junta directiva como los socios son los actores del proceso

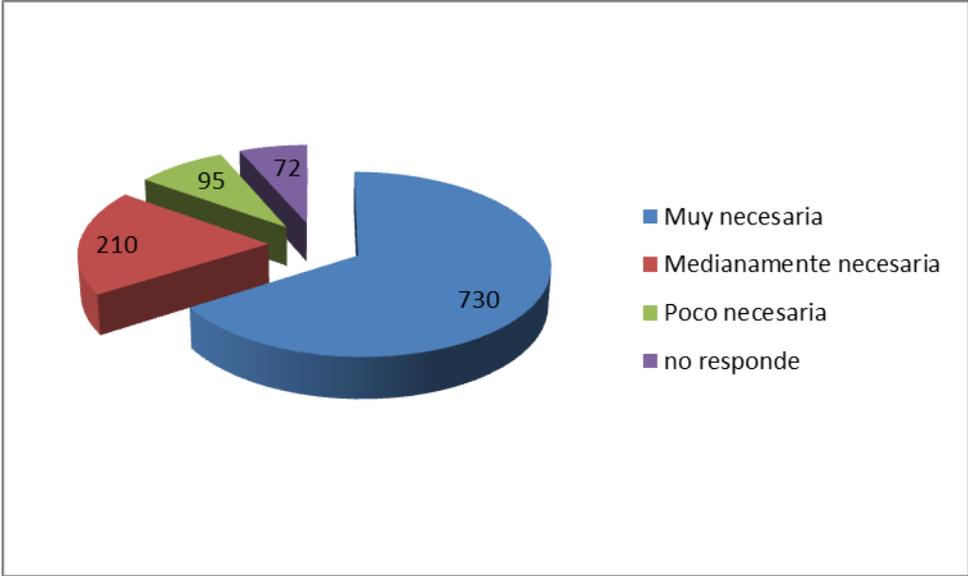
de la toma de decisiones, los primeros en los cargos ejecutivos e integrante de los consejos y los segundos como miembros de la asamblea que es el órgano máximo de gobierno. En el desempeño de sus tareas deberían poder interpretar la información que presentan los estados financieros.

Tabla 3. Necesidad de capacitación en contabilidad y gestión financiera

Muy necesaria	Medianamente necesaria	Poco necesaria	No responde	total
730	210	95	72	1107

El área de contabilidad y gestión financiera según las respuestas de los participantes necesita intervención, 730 la consideran muy necesaria, 210 medianamente necesaria y 95 participantes poco necesaria. No respondieron 72 asistentes.

Figura 3 Necesidad de capacitación en contabilidad y gestión financiera



Datos: Fundación Portal
 Elaboración: Daniel Espinoza Moreira

La atención contable - financiera en opinión del 66% debe fortalecerse, en especial en las cooperativas de transporte de pasajeros, el 19% considera que es medianamente necesaria, para un 9% fue poco necesaria y un 6% no respondió la pregunta.

4. Ofimatic

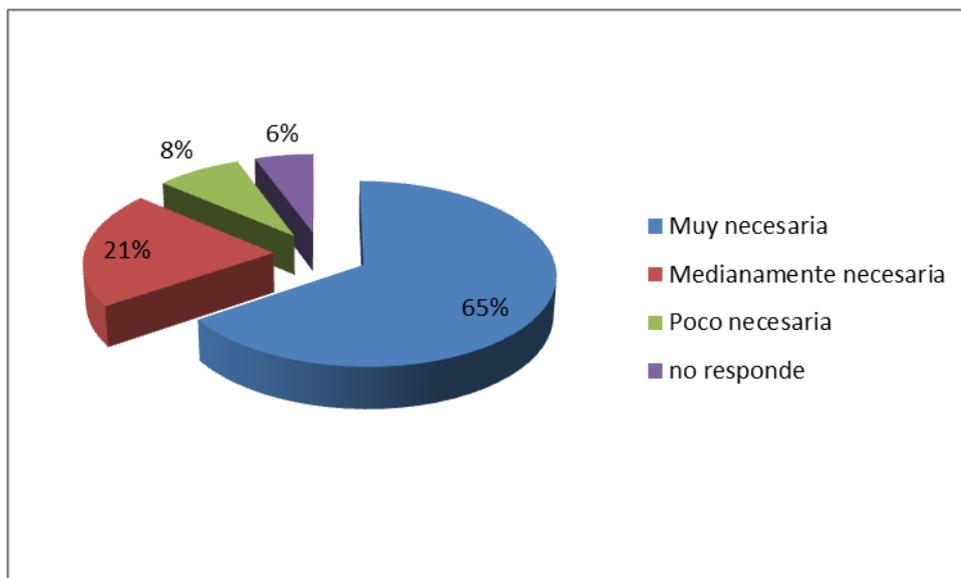
La pregunta pretende dar respuesta a la inclusión del manejo de la tecnología dentro de los procesos administrativos de las cooperativas. Las de mayor tamaño poseen sofisticados sistemas, pero las medianas y pequeñas necesitan fortalecer estas áreas, como lo corroboran las respuestas a la pregunta incluida en la encuesta, que hace referencia al conocimiento de utilitarios: procesador de palabras, hoja de cálculo y presentaciones PPT.

Tabla 4. Ofimatic

Muy necesaria	Medianamente necesaria	Poco necesaria	No responde	Total
725	230	90	62	1107

Las respuestas marcan tendencia en cuanto a la necesidad de impartir capacitación en el manejo de los utilitarios: 725 personas responden que es muy necesario, 230 que es medianamente necesario y 90 poco necesario. No respondieron 62.

Figura 4. Ofimatic (en porcentaje)



Fuente: Fundación Portal

Elaboración: Daniel Espinoza Moreira

Los participantes de las organizaciones cooperativas en un porcentaje del 65% que la capacitación es muy necesaria, el 21% que es medianamente necesaria y el 8% que es poco necesaria. No respondieron el 6%.

5. Redacción comercial

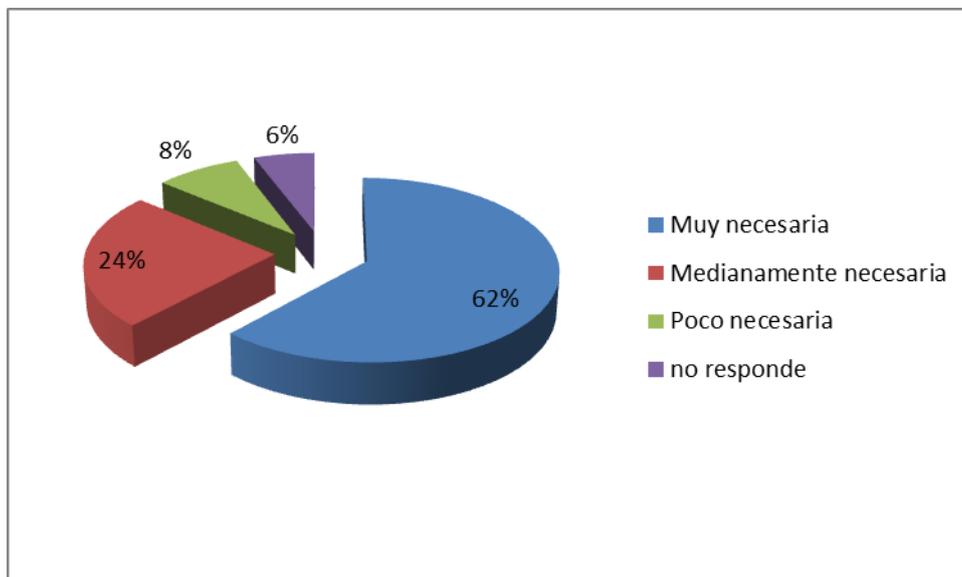
Es necesario conocer las reglas básicas de una buena comunicación escrita que permita una buena interpretación del mensaje, previniendo la inclusión de errores ortográficos y de sintaxis. En general en este campo se advierte una marcada debilidad.

Tabla 5. Necesidades de capacitación en habilidades de comunicación escrita.

Muy necesaria	Medianamente necesaria	Poco necesaria	No responde	Total
685	268	90	64	1107

Una parte importante de los participantes 685 consideran que es muy necesaria la capacitación en redacción comercial, 268 expresan que es medianamente necesario y 90 consideran que es poco necesario. 64 no respondieron.

Figura 5. Redacción comercial (en porcentajes)



Fuente: Fundación Portal

Elaboración: Daniel Espinoza Moreira

El 62% opina que la intervención mediante la capacitación es muy necesaria, el 24% que es medianamente necesario y el 8% que es poco necesario. Un 6% no respondió.

6. Gestión de los Recursos Humanos

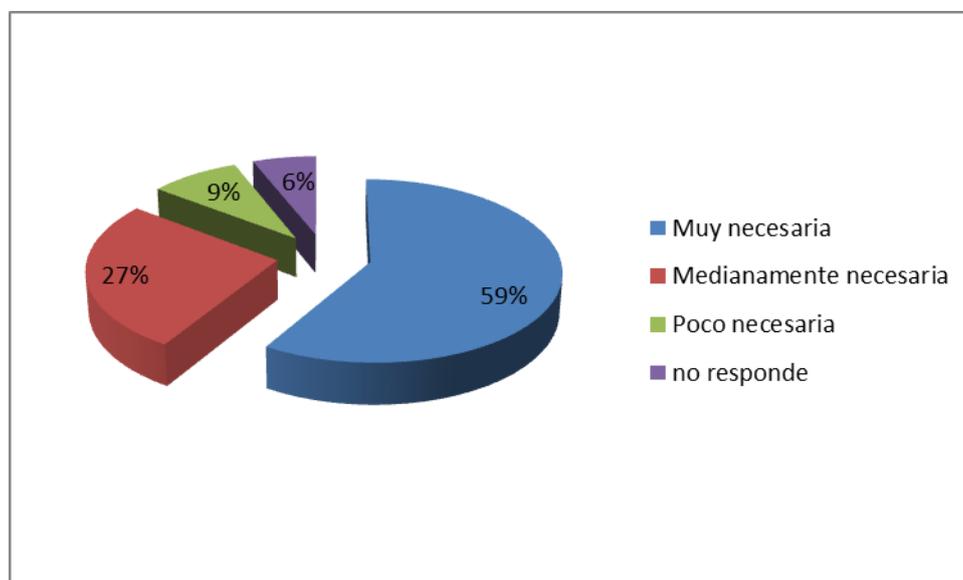
Es importante contar con personal con fuerte sentido de pertenencia y motivado que permita una buena sinergia en el logro de metas y fines. La complejidad de los procesos administrativos lo demanda cada vez en mayor medida.

Tabla 6. Gestión de los recursos humanos

Muy necesaria	Medianamente necesaria	Poco necesaria	No responde	Total
650	295	95	67	1107

La necesidad de capacitación en el área de gestión de los recursos humanos es para 650 participantes muy necesaria, 295 medianamente necesaria y 95 poco necesaria. No respondieron 67.

Figura 6. Gestión de los recursos humanos



Fuente: Fundación Portal

Elaboración: Daniel Espinoza Moreira

El 59% de los asistentes considera muy necesaria la capacitación en gestión de los recursos humanos, el 27% medianamente necesaria y el 9% poco necesaria. El 6% no respondió.

7. Seguridad y salud laboral.

Desde hace dos años la gestión de seguridad y salud laboral se tornó un requisito obligatorio para las organizaciones y es controlado por el Ministerio del Trabajo. Los

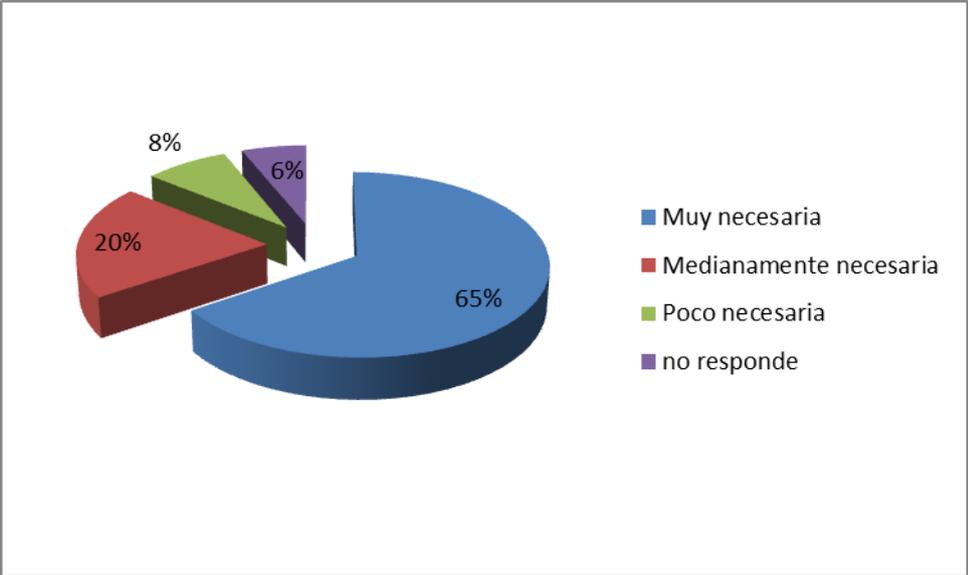
funcionarios y el personal deben poseer conocimientos de primeros auxilios, evacuación, uso de implementos de protección ente otros.

Tabla 7. Seguridad y salud laboral

Muy necesaria	Medianamente necesaria	Poco necesaria	No responde	Total
725	225	89	68	1107

Los encuestados sobre la necesidad de conocer los mecanismos de seguridad y salud laboral expresaron 725 que es muy necesaria, 225 que es medianamente necesaria y 89 poco necesario. No respondieron 68.

Figura 7. Seguridad y salud laboral



Fuente: Fundación Portal
Elaboración: Daniel Espinoza Moreira

La necesidad de conocer las herramientas de seguridad y salud laboral son para el 65% muy necesaria, para el 20% medianamente necesaria y el 8% las considera poco necesarias. No respondieron el 6%.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Según los resultados de la encuesta, se puede apreciar que existe una gran necesidad de capacitación en las organizaciones cooperativas, una de las causas puede atribuirse a que los componentes de este tipo de instituciones basan su gestión en la experiencia, la cual resulta insuficiente cuando crecen y el manejo se torna más complejo.
2. Se observó también la necesidad de mejorar el manejo de los utilitarios de Windows, tanto en el procesador de palabras como en la hoja de cálculo.
3. El manejo del lenguaje escrito, necesita reforzarse. Esta debilidad se presenta en todos los niveles del personal que integran la cooperativa.
4. Los requisitos de normas y leyes que perfeccionaron la institucionalidad de los actores de la economía popular y solidaria demandan fortalecimiento mediante la capacitación. Este reconocimiento que visibiliza el aporte de las cooperativas dentro de la economía nacional, en el futuro las enfrentará con nuevos desafíos que exigirán mayor calidad administrativa.
5. Hasta el presente los fondos para capacitación en los presupuestos de las cooperativas han sido irrelevantes, individualizando casos, en alguna de ellas donde los socios asumen la inversión con sus propios recursos. Los presupuestos deben confeccionarse incluyendo un porcentaje generoso destinado al financiamiento de programas de mejoramiento continuo.
6. Las cooperativas se han convertido en organizaciones complejas, que poseen mucho personal, socios y clientes que se interrelacionan a través de las prestaciones, que demandan la creación de un clima laboral satisfactorio que se conseguirá trabajando en conjunto y transfiriendo las herramientas que lleven a la armonía en las relaciones. La encuesta da una voz de alerta sobre estas áreas que se presentan como las de mayor demanda: servicio al cliente y relaciones humanas.

RECOMENDACIONES

1. Las instituciones de control de las organizaciones cooperativas deberían examinar con mucho celo el cumplimiento de las metas de capacitación de los planes estratégicos anuales propuestos y en especial los recursos pautados en los presupuestos.
2. La tarea a realizar dentro del cooperativismo tiene dimensiones desafiantes, que no puede ser abordada solo por los entes gubernamentales, como ha ocurrido hasta la actualidad, sino que debería involucrar a otros actores de la sociedad como los institutos de educación superior, las cámaras empresariales, y las empresas que mediante acuerdos pueden transferir tecnología, permitiendo el fortalecimiento de estas organizaciones.
3. El rol de las instituciones de educación superior, tienen una materia pendiente con las organizaciones de la economía popular y solidaria, por lo menos en dos ámbitos en la organización de programas de capacitación continua y como supervisores de la capacitación que es de obligatorio cumplimiento. Se debería involucrar a las universidades como unidades de gestión y supervisión de los programas de capacitación, quienes agregarían calidad y sistematización a estas tareas.
4. Las instituciones de educación superior en su mayoría carecen de carreras o especializaciones en el manejo de emprendimientos asociativos, lo que quita posibilidades a los actores de la economía popular y solidaria acceder a educación sistemática y de calidad. Esta misma situación se presenta a nivel de posgrado. Es un desafío que debería tener un tratamiento y solución creativa y seria.

BIBLIOGRAFÍA

- Coraggio, J. L. (1998). *Economía urbana: una perspectiva popular*. Quito: Abya Yala .
- Coraggio, J. L. (2011). *Economía social y solidaria*. Quito : Abya Yala .
- Debitoor. (2016). *Debitoor* . Obtenido de Glosario de Contabilidad : <https://debitoor.es>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación* . México : Mc Graw Hill- Interamericana Editores .
- Sarria Icaza, A. M. (2008). *Economía solidaria, acción colectiva y espacio público en el Sur de Basil* . Bélgica : Presses Universitaires de Louvain .
- Urbano, D., & Toledano, N. (2008). *Invitación al emprendimiento*. Barcelona : Editorial UOC.

025. INDICADORES DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS.

Autores:

MSc. Lcdo. Harold Escobar Terán¹
PhD. Jhon Boza Valle¹,

Ec. Galo Macías España¹.

¹ Docentes de la Unidad de Admisión de la Universidad Estatal Técnica de Quevedo, Quevedo, Ecuador, hescobar@uteq.edu.ec; jboza@uteq.edu.ec; gmacias@uteq.edu.ec

Introducción

Un gran número de estudios publicados procuran abordar los indicadores que caracterizan a las microempresas de tipo innovador, lo que sugiere algunos determinantes según el contexto del mercado en que se desarrolla, sin embargo en la provincia de Los Ríos, los escasos datos y estudios previos, impide realizar investigaciones al respecto, por lo cual se espera establecer indicadores en diferentes escenarios y entornos, para a partir de estos se realicen diagnósticos adecuados que permitan orientar la modelación de un programa de innovación y emprendimiento en la zona de estudio.

La realidad de las microempresas muestra un alto índice de emprendimientos que mueren en los primeros años de funcionamiento, lo que pone en discusión la apertura y tolerancia del emprendedor a fracasar en una nueva idea de servicio o producto. La situación actual deja claro que “innovarse es vivir” lo que supone la muerte de los negocios que no innovan, situación que se complica por cuanto no existe en las fuentes de información pública, datos sobre estrategias o patrones de innovación exitosos, y lo que se aporta desde las publicaciones académicas es aún limitado para nuestro entorno, ya que hay pocos estudios que realmente han explorado las características de innovación en distintos sectores de la economía en la provincia.

En la siguiente sección se revisa literatura sobre la innovación y el emprendimiento, en la sección 3 se analiza los resultados de distintos estudios realizados sobre los indicadores de innovación en las microempresas, en la sección 4 se sugiere los indicadores determinantes de prácticas innovadoras en las microempresas y se realiza sugerencias para la siguiente fase de investigación aplicar en la provincia de Los Ríos.

DESARROLLO

Revisión de literatura relevante

Según el manual de Oslo (OECD, 2005), Se entiende por innovación la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación

de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología. Las empresas que realizan este tipo de actividades (esfuerzos innovativos) son consideradas innovativas mientras que se denomina innovadoras a las que logran alcanzar resultados (es decir, introducir innovaciones).

Las innovaciones en comercialización involucran la aplicación de nuevos métodos de mercadotecnia. Éstos pueden incluir cambios en el diseño y empaquetado del producto, en su promoción y colocación, y en las políticas de fijación de los precios de bienes y servicios (Lugones, G. 2013). La transformación de una idea en un producto o servicio comercializable, sea nuevo o mejorado, un proceso de fabricación o de distribución, o bien un nuevo método de proporcionar un servicio (Comisión Europea, 1995).

Para Drucker (1985), la innovación es la herramienta específica de los emprendedores; el medio por el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. La innovación convierte el conocimiento en un producto o servicio con nuevas ventajas en el mercado. Además, es un componente importante del desarrollo económico, con efectos directos en el empleo y la productividad que desencadena cambios en el bienestar en general (Llach, et al., 2007)

Entre 1995 y 1997, cinco países de América Latina realizaron encuestas de innovación. Estas encuestas fueron la primera experiencia en la tarea de relevar información sobre los procesos de innovación ya que, a excepción de un ejercicio realizado en 1988 en Uruguay, ningún país había realizado con anterioridad un ejercicio parecido. Entre 2000 y 2001, al menos diez países de América Latina realizaron una encuesta de innovación (Argentina, Brasil, Uruguay, Chile, México, Cuba, Ecuador, Panamá, Perú, Trinidad y Tobago). Sin duda, éste ha sido el período más activo e incluye la entrada de Brasil al conjunto de países con encuestas de innovación, aunque también se produjo el ingreso de otros países de menor desarrollo relativo y de sistemas estadísticos no tan robustos. Entre 2003 y 2005, cinco países realizaron encuestas de innovación. En este período no se incorporó ningún país al conjunto (Argentina, Brasil, Uruguay, Chile, Colombia). Peirano, F., & Olaya, D. L. (2007).

Posterior a estas primeras experiencias para lograr describir los indicadores de innovación en América Latina, se han desarrollado un sinnúmero de trabajos académicos, sin embargo, no dejan de ser esfuerzos independientes de cada país o interesados internos, pero no existe una institucionalidad que permita una base común de indicadores de innovación con la posibilidad de realizar comparaciones nacionales e internacionales de los datos obtenidos.

Los ejercicios de medición realizados hasta el presente han dado sobradas pruebas de que en los países de América Latina y el Caribe lo que prevalecen son las mejoras incrementales sobre las radicales y las novedades para la firma sobre los demás alcances. Esto desde luego

está estrechamente relacionado con la envergadura de los esfuerzos requeridos (Actividades de Innovación) para impulsar innovaciones radicales y/o de alcance mayor a la propia empresa, esfuerzos que o bien están fuera de las posibilidades materiales de muchas de las empresas de la región o implican decisiones de fuerte compromiso estratégico que implican aceptar los riesgos y superar las incertidumbres propias de las actividades innovativas, siempre expuestas a que los resultados buscados no se logren (Lugones, G. 2013).

Innovar implica "combinar diferentes tipos de conocimiento, competencias, capacidades y recursos" (Fagerberg, 2003) en procura de una ventaja competitiva, sea por disminución en los costos de producción o por el desarrollo de nuevos productos o por cambios en los existentes. Esta combinación, lejos de ser pasiva, implica la realización de esfuerzos explícitos tendientes a mejorar o crear competencias y capacidades tecnológicas (Lall, 2001).

En el resumen del manual de Oslo sobre innovación por Sixto Jansa (2010), se señala que la innovación implica la utilización de un nuevo conocimiento o de una nueva combinación de conocimientos existentes. La obtención de nuevo conocimiento se realiza mediante una o varias de las actividades señaladas a continuación:

- A. I+D Investigación y desarrollo (La I+D solo constituye una de las etapas del proceso de innovación)
 - Investigación fundamental y aplicada para adquirir nuevos conocimientos, lograr invenciones específicas o modificar las técnicas existentes.
 - Desarrollar nuevos conceptos de productos, de procesos o métodos para evaluar su factibilidad técnica y su viabilidad económica. En esta fase se incluyen también las investigaciones posteriores para modificar los diseños o las funcionalidades técnicas.

- B. Otras actividades innovadoras (no son I+D pero forman parte de la innovación)
 - Definir nuevos conceptos, procesos, métodos de comercialización o cambios organizativos, concebidos por medio de:
 - servicio propio de marketing
 - a través de las relaciones con clientes
 - aplicación de investigaciones fundamentales o estratégicas, propias o ajenas,
 - ampliación de las capacidades de diseño y desarrollo,
 - mediante observación de sus competidores
 - aportaciones de consultores.
 - Igualmente, la empresa puede lograr nuevo conocimiento útil para innovar, adquiriendo:
 - información técnica

- derechos sobre invenciones patentadas (lo que exige generalmente una labor de investigación y desarrollo para modificar la invención y adaptarla a las propias necesidades)
- conocimientos tecnológicos y experiencia recurriendo a servicios de ingeniería, diseño o cualquier otro servicio de consultoría.
- Aumentar la experiencia profesional necesaria en el proceso de innovación mediante formación o contratación de nuevo personal.
- Invertir en equipos, programas informáticos o insumos intermedios que incorporen el trabajo de innovación realizado por otros.
- Reorganización de los sistemas de gestión y del conjunto de actividades empresariales
- Desarrollar nuevos métodos de comercialización y venta

Resultados de distintos estudios realizados

Hernández, S. Platero, M. y Rodríguez, A. (2012), realizan un análisis de los factores determinantes de la innovación en las microempresas españolas con el objeto de determinar si son factores del entorno, o por el contrario factores internos los que contribuyen en mayor medida a explicar la decisión de innovar, plantean el análisis en tres modelos diferentes. En el primer modelo tiene como variables explicativas de la innovación, factores del entorno de la empresa. Se observa que el único factor que presenta cierta significatividad es la tasa de crecimiento del sector.

En el segundo modelo, recoge variables internas vinculadas directamente con el perfil sociológico del microempresario, sus habilidades tecnológicas y experiencia en el negocio, y los recursos financieros, culturales y organizativos de la empresa. Este segundo modelo presenta un nivel de ajuste significativamente mayor que el modelo anterior, concretamente su ajuste es seis veces mejor, y muestra que las variables que influyen sobre la decisión de innovar son la edad, la realización de actividades de RSC, el uso de TIC y la experiencia en el negocio. Por otra parte, la influencia de variables como el nivel de estudios del microempresario, los recursos propios de la empresa, o aspectos organizativos como la pertenencia a redes de cooperación y la diversificación de negocios muestran no significatividad de estas variables.

En el tercer modelo las variables sectoriales dejan de ser significativas, lo que indica que la mejora en el ajuste se debe fundamentalmente a la presencia de las variables internas. De éstas, las variables que eran significativas en el segundo modelo mantienen el signo y mejoran la significatividad en el modelo completo, y además las variables representativas de los recursos propios y de la estrategia de diversificación se vuelven significativas y con el signo previsto.

Suárez, L. y Toala, G. (2004), en su trabajo “Determinantes de la Innovación en el Sector Manufacturero Ecuatoriano” Sostienen que las empresas ecuatorianas que exportan son

propensas a la innovación, las empresas que tienen mayor cantidad de empleados (carga intelectual) sobre el número de obreros destina un mayor grado de innovación, esto se explica porque a mayor inversión de tecnologías se requiere personal calificado para que manejen y supervisen la implementación tecnológica. Sugiere que el aligeramiento de carga impositiva permite a las empresas invertir en innovación mejorando productividad y estándares de calidad. Da importancia a la trascendencia de las economías de aglomeración asociadas a la proximidad local y los efectos favorables por el apoyo de los centros de apoyo a la innovación.

En la publicación (CAF. 2012) “La experiencia de CORFO y la transformación productiva de Chile EVOLUCIÓN, APRENDIZAJE Y LECCIONES DE DESARROLLO”, orienta la creación de un fondo para canalizar mayores recursos a promover la innovación y la competitividad, toda vez que los recursos extractivos se agotan. Generar un mejor ordenamiento institucional en materia de fomento de la innovación y competitividad. Articula tres pilares para promover la innovación y la competitividad: capital humano, ciencia e innovación. Es importante notar que en este último concepto se incluyen las acciones de transferencia y difusión tecnológica. A través de estudios técnicos sugiere se priorice los sectores de mayor potencial y factibilidad de crecimiento para constituirlos en verdaderos clústers que ayudarán a impulsar su competitividad.

Fundación INCIDE (2011) en la publicación “Indicadores para la Igualdad en el Emprendimiento - España” aporta con indicadores para una caracterización de las personas emprendedoras con un grado de detalle suficiente como para poder analizar sus características diferenciales, análisis que resulta difícil de realizar mediante en cuestionación censal a riesgo de complicar significativamente los cuestionarios y, por tanto, hacerlos inviables. Debido a ello, se considera que el siguiente análisis debe realizarse a través de entrevistas personales o, mejor aún, a través de *focus group*. Se incluye un guion que puede ser útil a la hora de recoger la información sobre las siguientes variables de análisis:

a. Motivaciones y condicionantes para el emprendimiento. - Son diversas las motivaciones, pero todas están centradas en dos ejes fundamentales: O bien se trata de emprender por una situación de crisis y búsqueda de trabajo, porque es lo que se desea desde el punto de vista profesional y personal. En cualquier caso, estas dos variables básicas están muy condicionadas por factores que es importante analizar. Los elementos a investigar aquí tienen que ver con:

- La necesidad de adoptar una determinada actitud ante el desarrollo profesional.
- La educación y formación recibidas.
- El apoyo del entorno.
- Las experiencias previas (profesionales y personales).
- Los condicionantes familiares o personales.
- La maternidad / la paternidad.

b. Apoyos para la puesta en marcha de la actividad emprendedora. - Es habitual que las entidades que ofrecen servicios al emprendimiento registren el tipo de servicio prestado y que hagan una evaluación de la calidad percibida por el cliente. Sin embargo, hay que ir un paso más allá. Puesto que se estará trabajando con personas que han demandado formación, asesoría o apoyo, es muy interesante poder conocer dónde creen que se les puede apoyar más y mejor. También es importante cómo valoran los servicios existentes no sólo los de elementos a analizar tienen que ver con:

- Percepción y valoración del conjunto de servicios que se le ofrecen.
- Áreas en las que se demanda formación.
- Áreas en las que se demanda asesoramiento.
- Servicios necesarios más allá del asesoramiento y la formación.

c. Modelos emprendedores y barreras por cuestiones de género. - Las diferencias en los modelos de gestión entre mujeres y hombres es tema de constante debate. La valoración de los potenciales patrones existentes y sus condicionantes puede ayudar a mejorar la formación y el asesoramiento a las personas que emprenden. Por otra parte, las barreras al emprendimiento por razones de género son un condicionante claro del modelo a aplicar.

d. Beneficios obtenidos por el hecho de emprender Los beneficios se refieren especialmente a las percepciones personales y suelen estar vinculados con la satisfacción personal de la persona emprendedora.

(Jaramillo Villanueva, J. Luis; Escobedo Garrido , J. Sergio; Morales Jiménez, Juan; Ramos Castro, J. Guadalupe, 2012) en su trabajo “Factores que Explican la Innovación en Microempresarios Agropecuarios en el Estado de Puebla, México” publican que Los factores o variables que muestran correlación con la innovación, y que refuerzan la dinámica o efecto push, de la tecnología y el conocimiento, son los relacionados con las capacidades desarrolladas por el microempresario para incorporarlas en procesos de cambio tecnológico en el caso de la producción, comercialización y organización. Dentro de estos, el nivel de escolaridad del emprendedor resulta importante, Otro factor lo constituye la experiencia del emprendedor en su actividad productiva. La disposición que muestran ante el riesgo que representa su actividad emprendedora es un factor que los empuja a innovar. Resultando poco importante la edad del emprendedor. Destacan el acceso a información a través de la capacitación, la cual está fuertemente asociada a la actitud emprendedora. Señalan una correlación significativa entre innovación y destrezas y capacidades adquiridas, en especial aquellas aplicadas en sus procesos de producción. Señalan la poca significancia de la disposición a riesgos financieros, por cuanto no tienen acceso a este tipo de recursos.

De (Jong, J. P., & Vermeulen, P. A. 2006). Señalan que no existe correlación en la capacidad innovativa y el tamaño de la empresa, las empresas pequeñas también tienen ventajas en términos de Flexibilidad y eficacia. Retoman a Vossen (1999). El uso de redes puede

compensar la falta de recursos financieros, destacan la presencia de planificación formal de cooperación inter-empresas como factor de éxito y conductores significativos de la innovación, hacen énfasis en que La cooperación puede ser la solución para obtener estos recursos, por lo que el enfoque de apoyo a la gestión, la investigación de mercado y el uso de redes se relaciona significativamente. Los empleados de primera línea son esenciales para hacer cualquier nuevo producto de éxito, además se destaca la participación de los empleados en la generación de ideas y la implementación de innovaciones, ya sea con nuevos productos o Las características específicas de los servicios (intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad e inperdurabilidad).

Indicadores para la modelación de un programa de innovación y emprendimiento

Está claro que no existe un camino claramente definido hacia la innovación que pueda ser aplicado de manera general en el emprendimiento, desde que se incuba una idea hasta convertirla en un éxito en el mercado. Velazco y otros (2006), señalan que será difícil definir un modelo del proceso de innovación, por la complejidad de la realidad que intenta reflejar.

Es entonces que a partir del presente análisis, que recoge experiencias nuestras y de algunos casos de países desarrollados, en particular experiencias de estudios realizados y políticas aplicadas en Chile, Brasil, Italia y España, se procura aportar en el desarrollo de los indicadores a ser considerados en la modelación de un programa de innovación y emprendimiento, que centre primero un diagnóstico y luego marque estrategias de acción de los emprendedores en la Provincia de Los Ríos, entendiendo que los elementos aquí señalados son un esfuerzo que se aspira madurar y articular con otros esfuerzos para obtener una aproximación a un aporte más generalizado:

Variables de estudio	Descripción	Escala de medición
Sistema educativo nacional emprendedor.	impulsan entre sus alumnos de primaria el ADN emprendedor a través del desarrollo de conocimientos	Dicotómica
El sistema educativo exige actuar, crear y llevar a cabo proyectos concretos, alejados de la mera reproducción de conocimientos.	impulsan entre sus alumnos el ADN emprendedor a través de la implementación de proyectos	Dicotómica
Existen recursos del estado para innovación y emprendimiento	Los emprendedores tienen acceso a fuentes de financiamiento estatal a bajo costo financiero	Dicotómica
Genero del empresario	Hombre o mujer	Dicotómica
Edad	Se registra edad del emprendedor	Numérica
Escolaridad	Se registra nivel de instrucción formal del emprendedor	Años – nivel
Los condicionantes familiares o personales.	Características personales	Numérica
La maternidad / la paternidad.	Se registra número de hijos	Numérica

Experiencia en la actividad	Tiempo involucrado en la actividad	Numérica
Experiencia emprendedora en otras actividades	Tiempo dedicado a otras actividades previas de emprendimiento	numérica
Capacitación	Formas de capacitación del emprendedor	# de eventos asistidos
Confianza en las instituciones	Que tanto apoyo busca el emprendedor en instituciones públicas y privadas	Escala de Likert del 1 al 5
Predisposición a tomar riesgos	Que tanto temor tienen los emprendedores a asumir riesgos	Escala de Likert del 1 al 5
Participación en Redes	Existen formas de clúster o redes a disposición del emprendedor	Dicotómica
Destino de los servicios o productos ofertados	Índices % de distribución	Cadena
Proveedor	Caracterización de los proveedores y condiciones	Cadena
Sistema de distribución	Sistemas de distribución adoptados por los emprendedores	Cadena
Sistemas de financiamiento	Propio, privado, público u otros	Opción múltiple
Recibe asesoría	De instituciones del Estado o Privadas	Dicotómica
Realiza estudios de mercado	Para sondear la clientela percepción del producto o servicio	Escala de Likert del 1 al 5
Los empleados participan en la generación e implementación de ideas y/o servicios	Participación del conglomerado en iniciativas de la empresa	Dicotómica

Elaboración: Autores

Plan de indicadores para la modelación de un programa de innovación y emprendimiento, adaptado a la Provincia de Los Ríos-Ecuador

Indicador	Descripción	Escala de medición
1. Gestión de Negocio		
Número de operaciones/ el nivel de actividad empresarial	Mide el grado de actividad comercial a través de las operaciones generadas en un periodo	Alta, media, baja y nula
Nivel de venta años 1/ nivel de venta año 0	Mide el grado de crecimiento de un año respecto a otro	Alta, media, baja y nula
Capacitación efectuada/ capacitación programada	Mide la capacitación que recibe el personal en un periodo	Alta, media, baja y nula
Inversión en tecnología/ incremento en venta	Mide el nivel de inversión en tecnología y su nivel de repercusión en las ventas	Alta, media, baja y nula
Inversión en capacitación/ venta	Mide el nivel de capacitación respecto a las ventas	Alta, media, baja y nula
Inversión en marketing/ incremento en venta	Mide la inversión en sistema de venta o mercadeo sobre el nivel de ventas alcanzado	Alta, media, baja y nula
2. Nivel de Innovación		
Empresas que realizan actividad de I+D sobre el total de empresas	Mide el nivel de actividad en Innovación y Desarrollo	Alta, media, baja y nula

Capacitación en innovación sobre total empresas	Mide el nivel de capacitación en Innovación para el personal	Alta, media, baja y nula
Costos de inversión sobre incremento en venta Inversión en tecnología sobre nivel de venta	Mide el nivel de costos frente al nivel de venta alcanzado por la empresa	Alta, media, baja y nula
Gasto empresarial en innovación/ nivel de facturación	Mide el nivel de inversión en potenciar el negocio	Alta, media, baja y nula
3. Nivel de Asociatividad		
Empresas con operaciones conjuntas sobre total empresas	Nivel de operaciones de las empresas que se asociaron	Alta, media, baja y nula
Empresas con nivel de asociación sobre incremento en ventas	Nivel de ventas de las empresas que se asociaron	Alta, media, baja y nula
4. Calidad de la Información		
Inversión en normas de calidad sobre total de empresas	Mide el nivel de inversión en pro de la calidad	Alta, media, baja y nula
Análisis empresarial de mercado sobre total empresas	Mide el sistema de mercado en su conjunto	Alta, media, baja y nula

Elaboración: Autores

Conclusión

Un adecuado diagnóstico de las determinantes del emprendimiento y la innovación que caracteriza a emprendedores en este caso en particular a los de la Provincia de Los Ríos, permitirá conocer la cultura y prácticas organizacionales aplicadas y su incidencia en los resultados logrados; en este sentido contrastada con los indicadores propuestos, caracterizarán a los emprendedores-innovadores de éxito.

En paralelo de las experiencias revisadas, los Indicadores de Innovación y Emprendimiento fortalecerán las microempresas en la Provincia de Los Ríos, para luego marcar que estrategias de acción permiten fomentar procesos adecuados de emprendimiento e innovación.

Bibliografía

- ✓ Benito-Hernández, S., Platero-Jaime, M., & Rodríguez-Duarte, A. (2012). Factores determinantes de la innovación en las microempresas españolas: La importancia de los factores internos/Determinants of innovation in Spanish micro-enterprises: The importance of internal factors. *Universia Business Review*, (33), 104.
- ✓ Comisión Europea. 1995. El Libro verde de la innovación. ES/13/95/55220800.P00 (FR) aq/rc.
- ✓ De Jong, J. P., & Vermeulen, P. A. (2006). Determinants of product innovation in small firms a comparison across industries. *International small business journal*, 24(6), 587-609.
- ✓ Drucker, Peter. 1985. *La Innovación y el Empresario Innovador*. Ed. Edhasa. México.
- ✓ Fundación INCIDE (2011) Observatorio Estatal de la Igualdad en el Emprendimiento, Indicadores para la igualdad en el emprendimiento. España
- ✓ http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,23280929&_dad=portal&_schema=PORTAL#concepto
- ✓ Jaramillo-Villanueva, J. L., Escobedo-Garrido, J. S., Morales-Jiménez, J., & Ramos-Castro, J. G. (2012). Factores que explican la innovación en microempresarios agropecuarios en el estado de Puebla, México. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 9(4), 427-439.
- ✓ Llach Pagés, Josep, Nuria Mancebo Fernández, y Andrea Bikfalvi. 2007. Midiendo el proceso de innovación. Análisis de las encuestas de innovación en España. *In: El comportamiento de la empresa ante entornos dinámicos de las ponencias del XIX Congreso anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM*.
- ✓ Lugones, G. (2013). *Módulo de capacitación para la recolección y el análisis de indicadores de innovación*. Banco Interamericano de Desarrollo. Working Papers 8.
- ✓ Peirano, F., & Olaya, D. L. (2007). El camino recorrido por América Latina en el desarrollo de indicadores para la medición de la sociedad de la información y la

innovación tecnológica. *CTS: Revista iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad*, 3(9), 153-185.

- ✓ Rivas, G. (2012). La experiencia de CORFO y la transformación productiva de Chile. Evolución, aprendizaje y lecciones de desarrollo. CAF Banco de Desarrollo de América Latina.
- ✓ Velasco, Eva, Ibon Zamanillo, y Miren Gurutze. 2006. Evolución de los modelos sobre el proceso de innovación: desde el modelo lineal hasta sistemas de innovación. Asociación Europea de Dirección y Economía de empresa. Palma de Mallorca. España. Disponible en: http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=2499438.
- ✓ Vicens, L., & Grullón, S. (2011). Innovación y emprendimiento: Un modelo basado en el desarrollo del emprendedor. V Foro de Competitividad de las Américas para el Banco Interamericano de Desarrollo y el Compete Caribbean (pág. 11).

026. LA IMPORTANCIA DE LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS EN LAS ZONAS RURALES DEL ECUADOR COMO ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO COMUNITARIO.

Autor:

Mgs. Nadia Priscila Villena Izurieta.

Catedrático Universitario

Universidad Ecotec, Ecuador

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

nvillena@ecotec.edu.ec

Magister en Tributación y Finanzas

Universidad Estatal de Guayaquil, Ecuador.

Resumen

La pobreza es una situación que afecta la calidad de vida de las personas y su desarrollo depende de varios factores siendo el económico el más importante. En el Ecuador en el Gobierno "Revolución Ciudadana" se han impulsado varias estrategias para mejorar dichas condiciones de vulnerabilidad y pobreza siendo la conexión con entidades internacionales que fomenten su desarrollo. A partir de la firma del Convenio "Desarrollo de Negocios Inclusivos en la Base Económica de la Pirámide" con la contribución del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) buscando impulsar la implementación de negocios inclusivos por parte del sector privado a través de la incorporación de la población de menores recursos en su cadena de valor como proveedores, empleados, distribuidores, clientes y/o socios; Según el Objetivo 1: Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular del Plan Nacional del Buen Vivir vigente (2013-2017) busca mejorar la coordinación interinstitucional y fortalecer la institucionalidad para garantizar igualdad, equidad e inclusión, y erradicar la pobreza en el país, por tanto se analiza la pobreza y nivel de ingresos de los sectores rurales del Ecuador sugiriendo la importancia de implementar la inclusividad en dichos sectores para mejorar la calidad de vida y desarrollo económico del sector.

Palabras Claves

Negocios inclusivos, ventaja competitiva, cadena de valor, emprendimiento.

Abstract

Poverty is a situation that affects the quality of life of people and their development depends on several factors being the most important economic. In Ecuador in the government "Revolution" they have driven several strategies to improve these conditions of vulnerability and poverty being connected with international organizations to encourage their development. Since the signing of the Convention "Inclusive Business Development at the Economic Base of the Pyramid" with the contribution of the Inter-American Development Bank (IDB) seeking to encourage the implementation of inclusive business by the private sector through the incorporation of the low-income population in their value chain as suppliers, employees, distributors, customers and / or partners; According to Objective 1: Consolidate the democratic state and the construction of popular power of the National Plan for Good Living current (2013-2017) seeks to improve interagency coordination and

strengthen institutions to ensure equality, equity and inclusion, and poverty eradication in the country, both poverty and income level of the rural sectors of Ecuador analyzes suggesting the importance of implementing inclusiveness in these sectors to improve the quality of life and economic development of the sector.

Keywords

Inclusive business , competitive advantage, value chain , entrepreneurship

1. Introducción

La pobreza es una situación que afecta la calidad de vida de las personas y su desarrollo depende de varios factores siendo el económico el más importante.

En el Ecuador en el Gobierno “Revolución Ciudadana” se han impulsado varias estrategias para mejorar dichas condiciones de vulnerabilidad y pobreza a partir de la firma del Convenio “Desarrollo de Negocios Inclusivos en la Base Económica de la Pirámide” con la contribución del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) buscando impulsar la implementación de negocios inclusivos por parte del sector privado a través de la incorporación de la población de menores recursos en su cadena de valor como proveedores, empleados, distribuidores, clientes y/o socios.

Según el Objetivo 1: Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular del Plan Nacional del Buen Vivir vigente (2013-2017) busca mejorar la coordinación interinstitucional y fortalecer la institucionalidad para garantizar igualdad, equidad e inclusión, y erradicar la pobreza en el país.

Para erradicar la pobreza se deberá enfocar el estudio en el sector rural del Ecuador donde en su actualidad existe pobreza y la falta de apoyo comunitario no ha permitido el desarrollo el sector siendo una barrera para explotar sus recursos naturales, humanos y contribución a la matriz productiva del Ecuador.

El desarrollo comunitario de los sectores rurales depende de muchos factores y con la activa participación de entidades públicas como el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI) y de la empresa privada se podrá cumplir el Objetivo N°1 del Plan Nacional del Buen Vivir vigente (2013-2017) logrando promover los negocios inclusivos, activación de la economía de los sectores rurales del país y su aporte a la matriz productiva.

¿La aplicación de la técnica de los Negocios Inclusivos en los sectores rurales del Ecuador, permitirá mejorar el nivel de ingresos y condiciones de vida de las personas de dichos sectores?

Con el análisis de un marco conceptual que fundamente los conceptos de negocios inclusivos, el emprendimiento y convenios internacionales que promuevan la participación en la cadena de valor de sector de extrema pobreza dará a conocer la

importancia de la participación ciudadana en la matriz productiva e incentivo de producción nacional.

El entorno demográfico de los sectores rurales del Ecuador y con los resultados de censos poblacionales y de vivienda, y datos estadísticos de empresas públicas de desarrollo social permitirá identificar los sectores rurales más potenciales para implementar negocios inclusivos que permitirá mejorar las condiciones de vida de las personas dando lo oportunidad de activar de mayor porcentaje de población económicamente activa.

Finalmente consensuar la importancia de la participación ciudadana, de la empresa pública, privada y la entidad de control la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria contribuirá en el desarrollo económico de los sectores rurales del Ecuador promoviendo la inclusión y su aporte en la cadena de valor de producción.

2. Marco Teórico

2.1 Desarrollo Comunitario

Diversos autores denominar el Desarrollo comunitario como Organización de la Comunidad, acción social comunitaria, o Desarrollo de la Comunidad entre los cuales se menciona los siguientes conceptos:

En la obra de **C. Ware (1986)** se utiliza la expresión “organización de la comunidad” como medio de promover el mejoramiento general y el alcance de objetivos específicos. Su objetivo primordial consiste en hacer que los recursos de la comunidad satisfagan las necesidades del pueblo.

El autor concibe el desarrollo comunitario como un plan a seguir para promover la utilización de los recursos humanos en planes integradores o inclusivos de desarrollo local.

T. Porzecanski (1983) define el Desarrollo de la Comunidad como: “El conjunto de acciones destinadas a provocar un cambio orientado de conductas a nivel de un microsistema social participativo y que signifique una etapa más avanzada de progreso humano”

E. Ander-Egg (1987) indica que el Desarrollo de la Comunidad vendría definido por las siguientes notas básicas:

- Es una técnica o práctica social, al apoyarse en el conocimiento científico de lo social y en determinadas ciencias sociales,
- Su objetivo fundamental se dirige a la promoción del hombre; movilizand recursos humanos e institucionales, mediante la participación activa y

democrática de la población en el estudio, programación y ejecución de los diferentes programas comunitarios.

- No es una acción sobre la comunidad, sino una acción de la comunidad; donde la población toma decisiones y asume sus consecuencias.
- Es una metodología de trabajo desde la base: actúa a nivel psicosocial a través de un proceso educativo que pretende desarrollar las potencialidades de los individuos, grupos y comunidades con objeto de mejorar sus condiciones de existencia.
- Aparece configurada por la integración y fusión de cuatro elementos principales: el estudio de la realidad, la programación de las actividades, la acción social conducida de manera racional y la evaluación de lo realizado.
- Todo proceso de Desarrollo Comunitario lleva implícita la promoción y movilización de recursos humanos, a través de un proceso educativo concientizado.
- La participación popular es el elemento fundamental en los programas de Desarrollo de la Comunidad. Los factores que favorecen la participación son: el consenso, las libertades públicas, la proximidad social, la formación (a través de la escuela, los medios de comunicación social y las asociaciones populares) y la información (o circulación de noticias y mensajes entre los organismos gubernamentales y la población).
- Finalmente, aunque el Desarrollo de la Comunidad tiene un carácter instrumental, la intencionalidad de sus programas concretos (objetivos y finalidades) está en función del marco teórico de referencia y de la concepción ideológico-política de quienes realizan y aplican esta técnica social.

Los diversos autores determinan la importancia de la participación ciudadana, de la empresa pública y privada que permitirá el Desarrollo de la Comunidad mediante la participación activa en la cadena de valor de producción y su aporte a la matriz productiva del país.

El Ministerio Coordinador de Desarrollo Social define lo siguiente sobre el Desarrollo Social:

El Desarrollo Social desde un enfoque de garantía de derechos donde el ser humano nace como ciudadano, con obligaciones y derechos, dentro de un entorno socio-cultural en el cual gran parte de la población se encuentra excluida económica y socialmente, y al no tener condiciones mínimas no puede ejercer de forma explícita sus derechos políticos, económicos, sociales y humanos.

El Ministerio Coordinador de Desarrollo Social realiza su actividad enfocado en los siguientes ejes:

- Pobreza e Igualdad.
- Protección y Seguridad Social
- Salud

- Ordenamiento Territorial
- Economía Popular y Solidaria

2.2 Negocios Inclusivos

El concepto de negocios inclusivos o negocios en la base de la pirámide se ha conocido con mayor relevancia en los últimos años para explicar cualquier actividad empresarial dirigida a poblaciones de bajos ingresos o pobres.

La alianza SNV (**Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo**) - WBCSD (Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible) define el negocio inclusivo como:

“Un Negocio Inclusivo es una iniciativa empresarial que incorpora a comunidades de bajos ingresos en su cadena de valor, en una relación ganar-ganar, promoviendo rentabilidad económica y reducción de la pobreza.”

El Negocio inclusivo representa una oportunidad de crecimiento para las empresas creando plazas de empleo para las personas de bajos ingresos logrando reducir la pobreza de los sectores rurales y mejorar sus condiciones de vida.

“Es una actividad que se desarrolla en el núcleo de una empresa y que genera de manera tangible oportunidades para los pobres y desprivilegiados en los países en vías de desarrollo.” Fuente: BIF (2011)

La Base de la Pirámide por Stuart Hart propone que un negocio inclusivo debería reunir las siguientes características:

- *Pertenecer al sector privado y estar basado en un modelo de negocio que crea valor para las comunidades de bajos ingresos y para la empresa.*
- *Ser un negocio que se base intensivamente en alianzas con organizaciones civiles y administraciones públicas para poder lograr un mayor número de externalidades positivas.*
- *La estrategia del negocio debería contemplar elementos de la triple cuenta de resultados (impacto social, económico y medioambiental de la actividad empresarial).*
- *Existir un potencial de réplica a gran escala del modelo de negocio para conseguir un impacto transformador sobre la sociedad y generar beneficios económicos.*

“Modelos de Negocios Inclusivos incluyen a los pobres por el lado de la demanda como clientes y consumidores, y por el lado de la oferta como empleados, productores y propietarios de negocios en diferentes eslabones de la cadena de valor.” Fuente: PNUD (2008)

En el libro de C.K. Prahalad, “The Fortune at the Bottom of the Pyramid” ó La oportunidad de Negocios en la Base de la Pirámide, el autor presenta ejemplos de iniciativas empresariales que explica el monopolio del mercado, y considera necesario que las empresas se centren en crear capacidad de consumir entre las poblaciones de bajos ingresos.

La estrategia vincular 3 modalidades de negocios inclusivos que permitirá mejorar los ingresos de sectores con alta pobreza haciéndolos partícipes de la creación de valor conjuntamente con las empresas; se mencionan las siguientes:

- **Primera modalidad:** Vincula el segmento de la base de la pirámide como consumidor: las empresas crean productos y servicios de calidad que satisfagan las necesidades del segmento de baja renta a precios y condiciones accesibles.
- **Segunda modalidad:** Vincula el segmento de la base de la pirámide como productores, proveedor o distribuidor: las empresas incorporan a las personas de bajos ingresos en el desempeño de esas funciones en sus cadenas de valor.
- **Tercera modalidad:** Vincula el segmento de la base de la pirámide como socio o aliado: las empresas participan de un proceso de co-creación de nuevos negocios con las poblaciones de bajos ingresos, a través de un profundo diálogo con los pobres, resultando en un compromiso compartido que crea valor para la comunidad, al tiempo que establece una base de crecimiento y innovación empresarial a largo plazo.

Para erradicar la pobreza de las zonas rurales de un país será importante la participación de la empresa pública y privada mediante su apoyo con la creación de proyectos de inclusión permitirá la participación de la población de dichos sectores con el fin de mejorar sus ingresos y condiciones de vida siendo una iniciativa y alianza organizacional que contribuirá a la matriz productiva.

2.3 Ventaja Competitiva

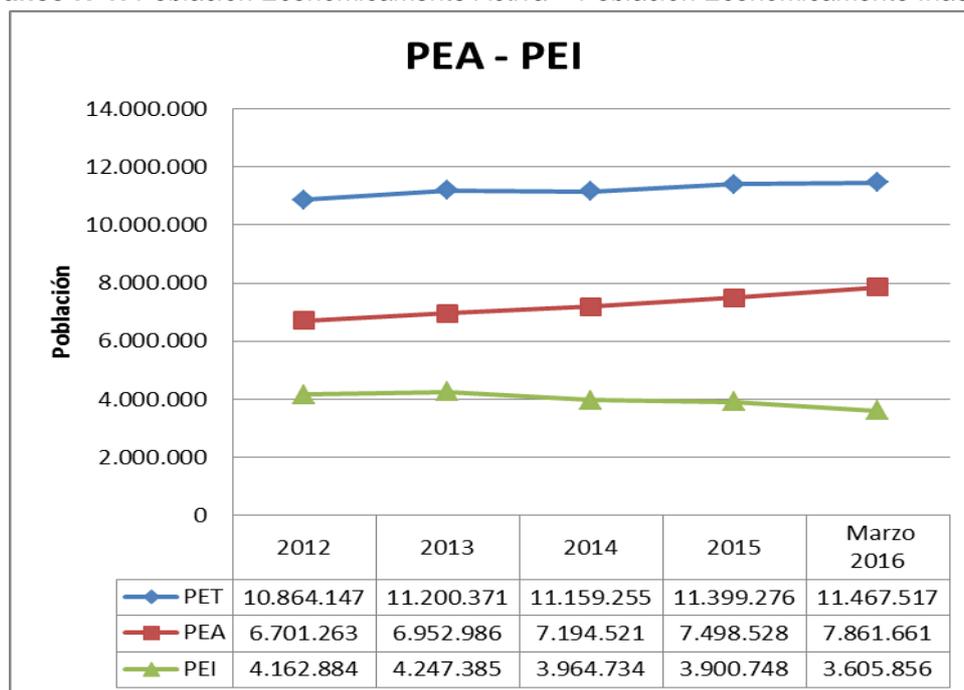
El concepto de sistemas de negocios, desarrollado por McKinsey and Company, captura la idea de que la empresa es una serie de funciones (ej. I&D, manufactura, mercadotecnia, canales) y que analizar cómo se desarrolla cada una en relación a los competidores puede proporcionar consideraciones útiles. McKinsey enfatiza que dentro de un negocio existen diversos factores que se deberán desarrollar según las estrategias del mercado competidor.

3. Ecuador: Indicadores Económicos – Laborales según INEC, 2010.

En el año 2010 se realizó el Censo de Población y Vivienda en el Ecuador donde se pudo conocer diversas variables de importancia de la economía del país relacionado a la población y demografía.

Dentro del censo 2010 se recopila información de la Población Económicamente Activa (PEA) en el Ecuador durante el periodo 2012- a Marzo 2016 encontrando lo siguiente:

Grafico N°1: Población Económicamente Activa – Población Económicamente Inactiva.

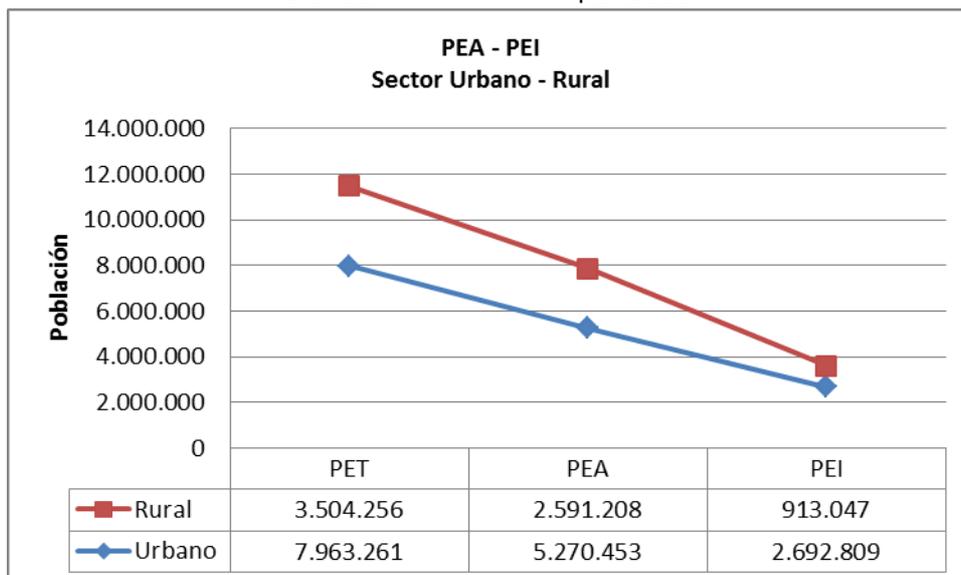


Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Indicadores Laborales Marzo 2016.

Elaborado por: La autora.

El comportamiento de las personas en el Ecuador según el indicador Población Económicamente Activa en el periodo 2012- hasta el primer trimestre del 2016 ha incrementado de 6.701.263 a 7.861.661 personas que actualmente perciben ingresos por diversas actividades económicas. Se puede evidenciar que la condición de vida de la población ha mejorado durante el periodo mencionado siendo una condición importante para mantener la interacción de la Economía del Ecuador.

Grafico N°2: PEA – PEI por Sector



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Indicadores Laborales Marzo 2016.

Elaborado por: La autora.

El comportamiento de las personas en el Ecuador según el indicador Población Económica Total en el periodo 2012- hasta el primer trimestre del 2016 por sectores indica que de los 11.467.517 habitantes en el Ecuador, sólo 3.504.256 pertenecen a la zona rural y 7.963-261 pertenecen a la zona Urbana.

Según el PEA en el sector rural 2.591.208 personas que perciben ingresos por sus actividades económicas y en el sector urbano 5.270.453 personas perciben ingresos por sus actividades económicas.

Las actividades económicas determinadas según el Censo de Población y Vivienda del año 2010 se mencionan las siguientes:

Tabla N°1: Actividades Económicas que desempeña la población

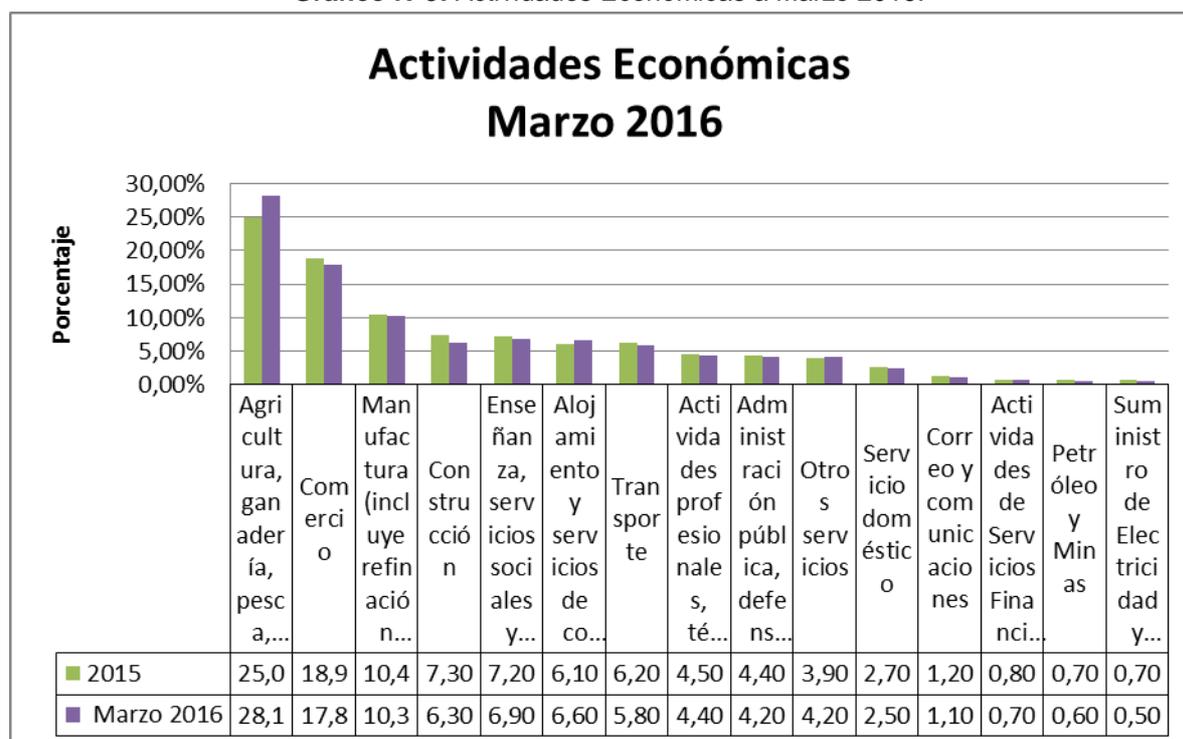
<u>Actividades Económicas</u>
Agricultura, ganadería, pesca, silvicultura, caza
Comercio
Manufactura (incluye refinación petróleo)
Construcción
Enseñanza, servicios sociales y de salud
Alojamiento y servicios de comida
Transporte

Actividades profesionales, técnicas y administrativas
Administración pública, defensa, planes de seguridad social obligatoria
Otros servicios
Servicio doméstico
Correo y comunicaciones
Actividades de Servicios Financieros
Petróleo y Minas
Suministro de Electricidad y Agua

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Indicadores Laborales Marzo 2016.

Elaborado por: La autora.

Grafico N°3: Actividades Económicas a Marzo 2016.



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Indicadores Laborales Marzo 2016.

Elaborado por: La autora.

Según el informe Indicadores Laborales con corte Marzo 2016 las actividades económicas con mayor desempeño se encuentran las actividades de agricultura, ganadería, pesca, silvicultura, caza representado por el 28,10% de la población, siendo subsecuente las actividades de comercio con 17,8% y manufactura con 10,30%. Esto explica que la mayor concentración de actividad económica se dedica a actividades de campo siendo un punto importante para desarrollar negocios inclusivos con las personas de dichas áreas.

4. Los Negocios Inclusivos y su desarrollo en el Ecuador

El Gobierno en el Ecuador preocupado de la erradicación de la pobreza en los sectores con extrema pobreza y con el fin de cumplir con el Objetivo N°1: Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular de su plan de trabajo “Plan Nacional del Buen Vivir” año 2013-2017 busca el apoyo de entidades internacionales para promover los negocios inclusivos en dichos sectores.

Entre las entidades que han aportado al desarrollo de los negocios inclusivos se menciona al Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el cual tiene una representación en Ecuador que a través del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) financia proyectos de apoyo a enfoques innovadores en tres áreas prioritarias: **Acceso a financiamiento, Acceso a servicios básicos, y Acceso a mercados y capacidades.**

El primer proyecto propulsor del desarrollo de los negocios inclusivos según lo publica en su página Web el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) se encuentra el siguiente:

Proyecto “Desarrollo de negocios inclusivos en la base económica de la pirámide”, financiado por el BID/FOMIN con el Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo (SNV) como agencia ejecutora. (Año, 2007).

- El fin del proyecto fue mejorar los niveles de ingreso y empleo de la población de menores recursos.
- El propósito fue impulsar la implementación de negocios inclusivos por parte del sector privado a través de la incorporación de la población de menores recursos en su cadena de valor como proveedores, empleados, distribuidores, clientes y/o socios.

A continuación, se detalla la estructura del proyecto establecido en el Banco Interamericano de Desarrollo:

Tabla N° 2: EC-M1035: Desarrollo de Negocios Inclusivos en la Base Económica de la Pirámide

NÚMERO DEL PROYECTO	EC-M1035
NÚMERO DE LA OPERACIÓN	ATN/ME-10713-EC
PAÍS	Ecuador
SECTOR	EMPRESAS PRIV Y DESARROLLO DE PYME
SUBSECTOR	EMPRESAS PRIV Y DESARROLLO DE PYME-PYMES PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA
TIPO DE PROYECTO	Cooperación Técnica
CATEGORÍA DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	C
ETAPA DEL PROYECTO	Completo
FECHA DE APROBACIÓN	05-DIC-2007
FECHA FIRMA CONTRATO	20-FEB-2008, 20-FEB-2013
FINANCIAMIENTO BID *	1,53

INFORMACIÓN DEL PROYECTO

COSTO TOTAL ^H	USD 2.589.378
FINANCIAMIENTO DE CONTRAPARTIDA DEL PAÍS	USD 1.061.740
TIPO DE FINANCIAMIENTO	Cooperación Técnica No Reembolsable
FONDO	FOMIN-Facilidad para Pequeñas Empresas
MONEDA DE REFERENCIA	USD - Dólar Estadounidense
FECHA DE REFERENCIA	31-MAY-2016
MONTO CANCELADO ^H	USD 63.994
DESEMBOLSO A LA FECHA ^R	USD 1.463.644

DETALLES DEL PORTAFOLIO

ECUADOR	\$ 9138.69 M
EMPRESAS PRIV Y DESARROLLO DE PYMEESTE PROYECTO	\$ 5094.35 M
ESTE PROYECTO	\$ 1.54 M

Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo

Elaboración: La Autora

El proyecto se ha enfocado a la cooperación técnica para que las empresas privadas y en desarrollo de Pymes pequeñas y medianas empresas utilicen los negocios inclusivos como medio de crecimiento con la contribución comunitaria; dicho proyecto se logra financiar en el año 2007 para finalmente ejecutarse en el periodo 2008 - 2013 permitiendo invertir 2'589.378 de dólares.

La contribución de las entidades internacionales conjuntamente con el Gobierno del Ecuador busca fomentar el desarrollo comunitario de diversos sectores siendo los más importantes el sector rural.

5. Entidades Públicas que contribuyen al Desarrollo Social Comunitario en el Ecuador.

5.1 Ministerio Coordinador de Desarrollo Social

El Ministerio Coordinador de Desarrollo Social en la búsqueda de los derechos que, del ser humano, obligaciones debe procurar la implementación de espacios inclusivos en la sociedad y poder contribuir en la economía, que permitan la ampliación de capacidades y oportunidades para poder ejercer las personas sus derechos construyendo una ciudadanía activa, crítica, responsable y participativa.

El Ministerio Coordinador de Desarrollo Social indica lo siguiente:

El Desarrollo Social debe ser concebido como el proceso dinámico de dos factores primordiales: la ampliación de las libertades fundamentales de las personas para conseguir distintos tipos de funcionamientos o capacidades; y la ampliación de las oportunidades que estas poseen para poder utilizar sus capacidades, funcionar

adecuadamente, incluirse socialmente, ejercer sus derechos y elegir el tipo de vida individual y social que cada una tiene conciencia de apreciar.

En palabras de Amaryta Sen, el Desarrollo Social tiene que ocuparse de mejorar la vida que llevamos y las libertades que disfrutamos (Sen, 2000).

Debería comprenderse que se busca el proceso integral e indisoluble de dichos factores donde se busque la ampliación de las capacidades como la educación, capacitación entre otros, acompañado de un pleno acceso a oportunidades como el empleo, acceso a créditos, acceso al mercado que permitan la utilización de sus recursos y escojan sus condiciones de vida.

En conclusión, el ciudadano para mejorar sus condiciones de vida tiene la finalidad de establecer políticas sociales y económicas que permitirá su crecimiento económico mitigando los impactos negativos de una política económica excluyente pero que no estaba integrada a un proceso de inclusión económica.

5.2 Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

Dentro de los conceptos fundamentales para determinar la economía popular y solidaria se puede explicar los siguientes artículos establecidos en la Ley de Economía Popular y Solidaria que lo regula.

Art. 1 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, aprobada en 2011:

“Una forma de organización económica en la que sus integrantes se unen para producir, intercambiar, comercializar, financiar, y consumir bienes y servicios que les permitan satisfacer sus necesidades y generar ingresos”.

El Art. 283 de la Constitución establece que:

“El sistema económico es popular y solidario. Propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado. y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el Buen Vivir”.

La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria busca establecer en su Ley que existen principios fundamentales de los cuales se deben enfocar la inclusividad de las personas y su aporte a la Economía del país, tales como:

- La búsqueda del Buen Vivir y el bienestar común.
- La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales.

- El comercio justo y el comercio ético y responsable.
- La equidad de género.
- El respeto a la identidad cultural.
- La autogestión.
- La responsabilidad social y ambiental.
- La solidaridad y rendición de cuentas.
- La distribución equitativa y solidaria de los excedentes.

La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria es la entidad que controla, supervisa el desarrollo y estabilidad de organizaciones del sector económico popular y solidario buscando el bienestar de la comunidad para contribuir al Buen Vivir.

5.3 Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

La Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo es la Institución pública encargada de realizar la planificación nacional en forma participativa incluyente y coordinada para alcanzar el Buen Vivir que anhelamos todas y todos los ecuatorianos.

Imaginar el Ecuador del futuro, trazar la hoja de ruta para alcanzarlo, orientar la inversión pública y transformar la estructura del Estado... estos propósitos forman parte del quehacer institucional de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES).

Con este fin Senplades enfoca sus ejes de trabajo en los siguientes grupos:

- **Territorio**, que busca acercar la gestión del gobierno a los ciudadanos a través de mejores servicios y modelos administrativos eficientes.
- **Equidad**, orientada hacia la generación de los cambios institucionales que promuevan la igualdad, el conocimiento y el ejercicio pleno de los derechos de toda la población.
- **Excelencia**, que promueva la transformación del Estado orientada a la provisión de productos y servicios de calidad.

En conclusión, todas las entidades públicas antes mencionadas trabajan arduamente para impulsar el desarrollo comunitario de sectores especialmente los rurales donde exista producción por explotar fomentando lo nacional y la calidad ecuatoriana; Siendo las principales propulsoras de estrategias que permitirán mejorar la calidad de vida de las personas y su fuente de ingreso, a su vez aportando a la matriz productiva y economía del Ecuador.

6 Estrategias para impulsar el desarrollo comunitario a través de la articulación de actividades económicas inclusivas.

La estrategia para fomentar la inclusividad se debería direccionar con la contribución de la empresa pública y privada a través de Alianzas Estratégicas que impulsen el desarrollo comunitario del sector rural en el Ecuador.

La alianza que se han desarrollado en el Ecuador se puede mencionar la siguiente:

“Negocios Inclusivos: Ganamos Todos”, de la alianza entre el Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo y el Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo (SNV-BID Fomin) en Ecuador.

La coordinadora del programa “Negocios Inclusivos: Ganamos Todos”, Lissy Vélez asegura lo siguiente:

Las empresas ecuatorianas están conscientes de que los Negocios Inclusivos son una estrategia empresarial viable para el País, ya que dinamiza el crecimiento en nuevos mercados, disminuye los costos en el proceso de abastecimiento, y favorece tanto la gestión de riesgos de accionistas y copartícipes comerciales, como el equilibrio de mecanismos financieros combinados.

En conclusión, la Alianza ha sido la iniciativa económica de generar ganancias contribuyendo a la reducción de la pobreza mediante la incorporación de personas de escasos recursos en la cadena de valor, ya sea en calidad de consumidores, proveedores o distribuidores, siguiendo una lógica de Ganar-Ganar, lo que genera beneficios mutuos tanto para la empresa como para los sectores de escasos recursos.

Las empresas que continúan fomentando la inclusividad se pueden mencionar las siguientes: Pronaca, Floralp, Ile, Supermercados La Favorita, Colineal, Epacem, Farmaenlace, Novacero y Cervecería Nacional, grupo predominante enfocado en la agroindustria, muebles, aceros, entre otros.

Tanto la empresa pública y privada deberían establecer más alianzas estratégicas con beneficio mutuo que permitirá explotar los recursos de los sectores dando a conocer sus potencialidades y calidad en producción.

7 Conclusiones

Con el estudio de fundamentos teóricos se ha podido determinar la importancia de la participación mutua de las personas con la empresa pública y/o privada donde se ha evidencia el bienestar de establecer alianzas de negocios inclusivos para erradicar la pobreza de sectores rurales.

Un análisis de la población económicamente activa que tiene el Ecuador evidencia su fuente de ingresos, pero en el sector rural aún existe población sin actividad económica, con el análisis estadístico y datos fundamentos en censo poblacional se podrán tomar decisiones de cómo continuar fomentando trabajo estable que permita erradicar la pobreza y mejorar las condiciones de vida de dichos sectores.

La importancia de promover la inclusividad debe ser el incentivo de la empresa pública y privada en crear Alianzas con el fin de establecer vínculos comunitarios en los sectores donde exista el recurso humano predispuesto a buscar mejorar sus condiciones de vida y fuente de ingreso.

Los negocios inclusivos aportan al Plan Nacional del Buen Vivir tanto en su matriz productiva como en la reducción de la pobreza siendo la meta a seguir del I Gobierno de la Revolución Ciudadana.

8 Referencias Bibliográficas

- CEADS (2014): “Negocios Inclusivos: Guía de Primeros Pasos”. Disponible en: www.ceads.org.ar/ultimas_publicaciones/Guia%20Primeros%20Pasos%20Negocios%20Inclusivos%20CEADS.pdf
- CECODES (2016): “Oportunidades para el Sector Empresarial con los ODS”. Disponible en: https://issuu.com/cecodesdesarrollosostenible/docs/revistasosteniblemente_junio_final
- Cordero López, J. F. (2009). Emprendimientos inclusivos.
- Consejo Mundial de Empresas para el Desarrollo Sostenible (WBCSD). Negocios inclusivos: Iniciativas empresariales rentables con impacto en el desarrollo. Disponible en: http://wbcsd.typepad.com/wbcsd/snvc/brochure_alianza_wbcsd_snvc.pdf
- Karnani, A. (2007), “The Mirage of Marketing to the Bottom of the Pyramid: How the Private Sector Can Help Alleviate Poverty”, California Management Review, 49 (4), págs. 90-111.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2016). Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo « Ecuador. Disponible en: <http://www.planificacion.gob.ec>
- Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo (SNV). Negocios inclusivos: Creando valor para las empresas y para la población de bajos ingresos. Disponible en: http://www.snvla.org/mm/file/NI_Creando_valor.pdf
- Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo. (SNV). Negocios inclusivos: Creando valor en América Latina. Disponible en: <http://www.snvla.org/mm/file/PDFs/Negocios%20Inclusivos%20creando%20valor%20en%20America%20Latina.pdf>
- Social Enterprise Knowledge Network (2010): “Negocios Inclusivos: Iniciativas de mercado con los pobres de Iberoamérica”. Disponible en:

http://live.v1.udesa.edu.ar/files/ResponSocial/Publicaciones/SEKN%20Negocios%20inclusivos_manuscrito%20FINAL%20con%20tapa.pdf

- Patricia Márquez, E. (2009). Negocios inclusivos en américa latina. *Harvard business review*.
- Villalobos, A., & Urdaneta, L. Negocios Inclusivos como alternativa de Desarrollo para el Mercado de las Mayorías.

027. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA BALANZA COMERCIAL DE CHINA CON ECUADOR EN EL PERÍODO 2010-2015.

Autores:

Guadalupe Daniela Perez Palacios
Carlos Arturo Morlas Molina

RESUMEN

China es una de las principales potencias económicas del mundo y en los últimos años se ha podido observar como empresas chinas han incursionado en actividades del sector petrolero, minero y agrícola en Latinoamérica, especialmente en Ecuador. El Gobierno ecuatoriano ha mantenido estrecha relación con el Gobierno chino en los últimos cinco años, lo que ha significado beneficios para nuestro país al recibir tecnología de punta y otras actividades de comercio.

Además, China es nuestro mayor acreedor por la venta anticipada de petróleo, cuyo monto se estima en aproximadamente USD 5 000 millones en contratos suscritos para tal efecto.

Las importaciones chinas a Ecuador sobrepasan a nuestras exportaciones a dicho país en un promedio del 547,15%, dado que nuestras exportaciones apenas representan un promedio de 17% del total de las importaciones chinas a Ecuador, motivo por el cual la Balanza Comercial entre estos dos países tiene un saldo elevadamente negativo para Ecuador, déficit que ha aumentado entre los años 2010 y 2014, en un promedio de 29,05% cada año, con especial atención entre los años 2010-2011 que tuvo un aumento muy considerable de 74,60%, aun cuando entre los años 2013-2014 hubo un aumento mucho menor del 5,16% . Para el año 2015 la Balanza Comercial sigue siendo favorable para la nación asiática en cerca de 2.364,00 millones de dólares.

Ecuador exporta a China 7 principales grupos de productos, que son: combustibles minerales y aceites minerales (incluido el petróleo crudo); madera, carbón vegetal y manufacturas de madera (madera de balsa), cobre y sus manufacturas; pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados (camarones y langostinos); desperdicios de las industrias alimentarias (harina de pescado); materias plásticas (recortes y desperdicios de los demás plásticos); y aluminio y sus manufacturas.

Pero existen otros productos agrícolas que nuestros vecinos, Colombia y Perú, están exportando a China y que también se producen en nuestro país. Esta investigación determinara de que productos se trata, con el objeto de proponer una producción

sostenible para ser exportada a dicho país, que permita en el mediano plazo, nivelar la Balanza de Pagos entre Ecuador y China.

Palabras clave

Sector petrolero; sector minero; sector agrícola; Balanza Comercial; venta anticipada de petróleo; exportaciones; importaciones.

ABSTRACT

China is one of the major economic powers in the world and in recent years has been observed as Chinese companies have dabbled in activities of the oil, mining and agricultural sector in Latin America, especially Ecuador.

The Ecuadorian government has maintained close relationship with the Chinese government over the past five years, which has meant benefits for our country to receive technology and other business activities.

In addition, China is our largest creditor for early sale of oil, the amount of which is estimated at approximately USD 5,000 million in contracts for this purpose.

Ecuador Chinese imports exceed our exports to that country by an average of 547.15 % , since our exports represent only an average of 17 % of total Chinese imports to Ecuador , why the trade balance between these two countries has a negative balance for Ecuador elevadamente , deficit increased between 2010 and 2014 , at an average of 29.05% annually , with special attention in the years 2010-2011 was a considerable increase of 74 , 60 % , even though between 2013 to 2014 there was a much smaller increase of 5.16 % . By 2015 the trade balance remains favorable for the Asian nation in about 2364.00 million.

Ecuador exports to China 7 major product groups, which are: mineral fuels and mineral oils (including crude oil) ; wood, charcoal and articles of wood (balsa wood), copper and articles thereof; fish and crustaceans , molluscs and other invertebrates (shrimps and prawns) ; waste from the food industry (fishmeal) ; Plastics (parings and scrap of other plastics) ; and aluminum and articles thereof .

Unemployment there are other agricultural products our neighbors, Colombia and Perú, are exporting to China and also produced in our country. This research determined that products concerned, in order to propose sustainable production for export to that country, to allow in the médium term, leveling the balance of payments between Ecuador and China.

Keywords

oil sector; mining sector; agricultural sector; Balance of trade; advance sale of oil; exports; imports.

INTRODUCCIÓN

Los vínculos comerciales entre China y las naciones latinoamericanas tomaron fuerza a partir de la década de 1990, en que el país asiático empezó a importar gran cantidad de materia prima debido a que su crecimiento económico llegó a superar la capacidad de suministro doméstico de insumos para su transformación. El comercio entre la nación asiática y los países de América Latina entre los años 1999 y 2008 llegó a representar 150 mil millones de dólares entre importaciones y exportaciones (Mantilla, 2015).

China ha realizado acuerdos de asociación estratégica con países latinoamericanos como Venezuela en 2001, México en el año 2003 y Argentina en 2004. Estos lazos comerciales que se han podido observar vienen siempre con un vínculo político. Además, a partir del 2004 se han incrementado las naciones con las que China ha iniciado relaciones diplomáticas, como son Costa Rica, Dominica y Granada (Jenkins, 2008).

La inversión extranjera directa china en Latinoamérica se ha dirigido a las industrias que más provecho económico representan para esta nación asiática, como son la extracción de minerales, gas natural y petróleo. Como indica Jenkins (2008) esto se puede observar en la compra por parte de PetroChina a Ecuador de su petróleo, la adquisición de acciones en la empresa PlusPetrol en Perú y la fuerte inversión que desembolsaron en la empresa Omimex en Colombia. Del total que China ha invertido en la región latinoamericana en el período de los años 2005 a 2012, el 74% fue dirigido a la explotación del sector energético, refiriéndose a petróleo y gas natural, el 23% fue invertido en la extracción minera y el 3% restantes en otras industrias como la agrícola y de infraestructura.

En el caso de Ecuador, al igual que en Latinoamérica, el comercio con China se acrecentó a partir de finales de los años 90. Antes de esta fecha se contaba con Acuerdos de Cooperación cultural y tecnológica entre ambos países, además que desde del año 1980 se reiniciaron las relaciones diplomáticas con el país asiático. Como menciona Calderón (2016) es a partir de la Presidencia del actual gobernante del país, Econ. Rafael Correa, que se puede observar un mayor acercamiento comercial y económico con China. A partir del año 2007 China ha incurrido en inversiones en el mercado ecuatoriano en el área de explotaciones petroleras y ha provisto de préstamos a la nación andina. En 2009 China y Ecuador firman cuatro acuerdos de cooperación en el que China abre una línea de crédito de \$7,3 millones de dólares americanos para inversión en el sector agrícola. En 2012 se firmaron siete convenios de cooperación sobre comercio y seguridad entre ambos países, y Ecuador pide que China permita un ingreso más fácil a sus fronteras de productos agrícolas como limón, mango y piña.

Según Calderón (2016) al año 2015 la deuda externa con China llegó a alrededor de 7200 millones de dólares americanos, producto de la venta anticipada de barriles de petróleo a esta nación y préstamos otorgados por el Banco de Desarrollo Chino y el

Banco Eximbank de China. Este valor representa el 10% del Producto Interno Bruto de Ecuador y el 30% del total de la deuda externa del Ecuador. Aproximadamente el 54% de la producción de crudo del país está ya comprometida a China con la venta anticipada de petróleo, revelando así el alto grado de dependencia y endeudamiento que se tiene con este país oriental.

Además de la inversión extranjera directa de China en sectores mineros y de energía en Ecuador, existe el tradicional comercio entre las dos naciones, que corresponde a la compra y venta de bienes entre ambos países: importaciones y exportaciones. Ecuador al ser un país netamente exportador de bienes primarios, vende a China productos agrícolas como el banano, camarones, madera y cacao. China vende a Ecuador productos manufacturados, especialmente tecnológicos y de la industria automotriz, como son repuestos para vehículos, motores y generadores. A pesar de que las relaciones tanto diplomáticas y de cooperación entre ambas naciones ha florecido durante los últimos años, es alarmante el grado de déficit que existe en la compra-venta de productos entre los dos países y tiene un gran impacto negativo en la balanza comercial de Ecuador.

MARCO TEÓRICO

El comercio como fuente de acumulación de riquezas y de crecimiento económico en un país es una de las actividades más importantes a considerarse dentro de un Estado. El comercio entre países nace por la necesidad de abastecerse de productos que no son producidos o que escasean en un país, además de que toda transacción comercial entre dos entes siempre buscará resultar en un beneficio económico.

1.1 Comercio Internacional

El comercio internacional se denomina así a partir de que existen y se pueden empezar a identificar estados política y económicamente independientes (Torres, 1972). Es decir que antes del siglo XVI no existían Estados debidamente constituidos y separados, ya que en esa época todavía se manejaba el sistema feudal como principal forma de poseer poder político y económico, y el cual presentaba una ideología de consumir todo lo que se producía dentro de la localidad, sin dar oportunidad a comercializar con otras tierras pertenecientes a otros señores feudales.

1.2 Teorías del Comercio Internacional

Luego de la desaparición de los feudos, y la creación e identificación particular de las diferentes naciones, una nueva corriente de pensamiento económico surgió. Esta corriente fue la denominada Mercantilista, que aparece en el siglo XVI y busca la creación de un Estado no solamente económicamente sólido y rico, sino también poderoso en el aspecto político (Salvatore, 1998). Es a partir de este punto que se pueden identificar las distintas teorías del comercio internacional, que van desde la más

rudimentaria en los aspectos que considera importantes, como lo es el Mercantilismo, pasando por las teorías clásicas hasta llegar a las teorías modernas.

Lo que se busca con las distintas teorías del comercio internacional es mostrar cuáles son los beneficios de esta actividad dentro de la economía de un país. Gordón (2012) afirma que todas estas teorías:

Mantienen la premisa de que una economía puede obtener ganancias si sus ciudadanos compran ciertos artículos extranjeros, aunque estos puedan adquirirse nacionalmente. Las ganancias surgen porque el comercio internacional permite al país especializarse en la manufactura y en la explotación de los artículos que puedan producirse eficientemente en ese país de forma paralela a la importación de los artículos que puedan fabricar en otros países. (p.16)

Lo que intentan explicar las distintas teorías del comercio internacional es la manera en como un país puede volverse más rico cuando lleva a cabo transacciones comerciales con otro, y cuáles son los elementos que se consideran importantes para que se pueda dar esta situación.

Planteamiento del Problema Científico

Actualmente la balanza comercial entre Ecuador y China es favorable para la nación asiática, lo que significa que Ecuador importa mayor cantidad de productos chinos que los que exporta hacia China. Hasta el mes de octubre del año 2015, la balanza comercial Ecuador-China tiene un déficit de 2'347,4 millones para el Ecuador (Banco Central del Ecuador, 2015). Esto quiere decir que a pesar de los aranceles y demás impuestos que se han gravado a las importaciones, la balanza comercial entre estos dos países aún es negativa para Ecuador.

Ecuador tiene la necesidad de exportar nuevos productos que puedan ser comercializados con otros países, especialmente con China, importante socio comercial del país. Es un mercado gigante, con una población de 1.367.485.388 habitantes (Pro Ecuador, 2015). Es el país más poblado, con el 20% de la población mundial, el 94% de la población vive en el 46% del territorio, ubicándose especialmente en las áreas urbanas al este del país, en las megaciudades Shanghai, Beijing y Guangzhou.

Se busca encontrar nuevos productos a ser exportados al gigante asiático, para de este modo disminuir el déficit en la balanza comercial que tiene Ecuador, y en un futuro distante, llegar incluso a nivelarla o tener un superávit en la misma.

Pregunta Problemática

¿Qué nuevos productos puede exportar Ecuador a China para nivelar la balanza comercial entre estos dos países al largo plazo?

Delimitación

El presente Proyecto de Investigación "Análisis comparativo de la Balanza Comercial de China con Ecuador en el período 2010-2015" se desarrollará con información obtenida de los años 2010-2015 en territorio ecuatoriano.

Objetivo General

Analizar la balanza comercial de China con Ecuador en el período 2010-2015, para determinar que productos nuevos pueden ser exportados por nuestro país a la nación asiática.

Objetivos Específicos

- Determinar los aportes teóricos que permitan conocer los fundamentos del comercio internacional y la balanza comercial.
- Analizar la balanza comercial de China con Ecuador en el período 2010-2015.
- Determinar nuevos productos que Ecuador podría exportar a China, para nivelar la balanza comercial entre los dos países a largo plazo.

Variables

Variable independiente: Balanza comercial

Variables dependientes: Exportaciones e Importaciones

Justificación

Es necesario desarrollar el Trabajo de Investigación “Análisis comparativo de la Balanza Comercial de China con Ecuador en el período 2010-2015” ya que permitirá conocer como ha sido la evolución de las relaciones comerciales Ecuador-China, cuáles han sido los principales productos comercializados entre estos dos países históricamente, cómo ha sido su relación comercial en los últimos cinco años, y cuáles son los nuevos productos ecuatorianos que tendrían oportunidad exitosa de ser exportados a este país asiático.

Identificar nuevos productos que se puedan exportar a China es una forma de a largo plazo nivelar la balanza comercial entre Ecuador y la nación asiática, generando mayor bonanza económica en el Estado. Además de que la figura de país exportador de Ecuador se fortalecerá internacionalmente y comenzará a ser visto mundialmente como un país con productos agrícolas no tradicionales, diversos y de calidad que pueden ser exportados. Esto a la larga permitirá que Ecuador cuente con un mayor abanico de productos exportables a potencias económicas y también permitirá que se pueda romper el esquema en el que el país siempre ha basado sus presupuestos anuales que depende de la venta de un único producto, que en años recientes ha sido el crudo y cuyo precio actualmente ha caído estrepitosamente causando estragos en la economía del país.

Novedad

El análisis que se pretende realizar en este Trabajo de Investigación “Análisis comparativo de la Balanza Comercial de China con Ecuador en el período 2010-2015” permitirá identificar nuevos productos no tradicionales que pueden ser exportados a

China y que al largo plazo permitan nivelar la Balanza Comercial entre estos dos países.

Alcance de la Investigación

El alcance de este Trabajo de Investigación “Análisis comparativo de la Balanza Comercial de China con Ecuador en el período 2010-2015” es descriptivo, ya que considerará el fenómeno estudiando sus causas y sus componentes, medirá conceptos y definirá variables y sus efectos.

Bibliografía

Acosta, A. (2006). *Breve historia económica del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional.

Jenkins, R. (2008). *La expansión global de China y su impacto en América Latina*. Obtenido de HSS:

http://www.hss.de/fileadmin/americalatina/Ecuador/downloads/06._Version_Completa__Expansion_de_China_en_A._Latina.pdf

Lebrón, A. (2010). *Economía china: Pasado, presente y futuro*. Obtenido de Asia Red:

<http://www.asiared.com/es/downloads2/m2-alberto-lebron.pdf>

Mantilla, S. (2015). *La expansión de China en América Latina*. Quito: Centro Latinoamericano de Estudios Políticos.

Calderón, A. (2016). *Análisis de las relaciones comerciales de China y Ecuador período 2008-2013*.

(Tesis de Maestría). Universidad de Guayaquil. Recuperado de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9873/1/TESIS%20RELACIONES%20COMERCIALES%20ECUADOR%20CHINA-%20ING%20AMALIA%20CALDERON.pdf>

Banco Central del Ecuador. (Diciembre de 2015). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Balanzas Comerciales del Ecuador por países (enero-octubre 2015):

<http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebca201512.pdf>

Pro Ecuador. (Marzo de 2014). *Pro Ecuador*. Obtenido de Guía Comercial de China 2014:

http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/PROEC_GC2014_CHINA.pdf

CONCLUSIONES

CAPÍTULO III: ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

3. CAPÍTULO III: Análisis e Interpretación de Resultados

3.1 Análisis de Balanza Comercial Ecuador-China

Como se mostró en el segundo capítulo de este Trabajo de Investigación, se encontró que la Balanza Comercial entre Ecuador y China, es deficitaria para el país latinoamericano. Si se toma en cuenta el período estudiado, años 2010 al 2015, se puede observar que ha existido un saldo negativo en todos los años en la relación comercial entre los dos países mencionados. Este déficit se ha debido a que las importaciones de productos chinos durante el lapso de tiempo investigado siempre fueron mayores que las exportaciones de bienes ecuatorianos a China.

Las importaciones chinas a Ecuador sobrepasan a las exportaciones de este país para la nación asiática en un promedio del 547,15% (las exportaciones ecuatorianas apenas representan un promedio de 17% del total de las importaciones chinas a Ecuador), motivo por el cual la Balanza Comercial entre estos dos países tiene un saldo elevadamente negativo para Ecuador. El déficit comercial para Ecuador en esta relación comercial ha aumentado entre los años 2010 y 2014, en un promedio de 29,05% cada año, con especial atención entre los años 2010-2011 que tuvo un aumento muy considerable de 74,60% en el déficit, un valor muy elevado que también repercutió en el saldo comercial negativo de la Balanza Comercial de Ecuador con el mundo.; y entre los años 2013-2014 que tuvo un aumento mucho menor del 5,16% en el déficit. Para el año 2016 el déficit comercial entre Ecuador y China disminuyó en -16,89%, primera ocasión en que se vio reflejado una baja en el déficit de la Balanza Comercial entre estos dos países en el período de tiempo investigado.

A pesar de que para fines del año 2014 empezó a desacelerarse el aumento del déficit comercial ecuatoriano-chino, su Balanza Comercial sigue siendo favorable para la nación asiática, más no para Ecuador, con un déficit al cerrar el año 2015 de -2.364,00 millones de USD. Este resultado se dio, incluso pese a que en el año 2015 las exportaciones ecuatorianas a China aumentaron en un 44,11% en comparación al año anterior y las importaciones del país asiático a Ecuador disminuyeron en un -7,75%.

3.2 Exportaciones ecuatorianas a China

Las exportaciones ecuatorianas a China han presentado un comportamiento no lineal en su crecimiento. Para fines del año 2011 las exportaciones de Ecuador hacia el país oriental (192,30 millones de USD) disminuyeron en un -41,50% en comparación al año anterior, cuyo valor fue de 328,70 millones de USD. Esto se debió principalmente a que durante el 2011 Ecuador no exportó petróleo crudo a China (su valor fue de 0,00 USD en la exportación de este producto) causando un recorte muy fuerte en los bienes comercializados con el país asiático, ya que el petróleo crudo muchas veces ha llegado

a representar hasta más del 50% de las exportaciones ecuatorianas a China. Este decrecimiento en las exportaciones obviamente también repercutió en el aumento del déficit comercial Ecuador-China del año 2011, que aumentó en un 74,60%, como se mencionó en el apartado anterior, volviéndose el período con el mayor aumento de déficit en el período investigado (2010-2011).

Para el año 2012 las exportaciones ecuatorianas a China se recuperaron formidablemente, creciendo en un 103,69% y registrando un valor de \$391,70 millones de USD, valor incluso mayor que el que se registró en 2010. El crecimiento de las exportaciones continuó desarrollándose en el siguiente año, que cerró con 565,50 millones de USD dólares en exportaciones a China, y una variación porcentual del 44,37% en comparación al año anterior. Pero para el año 2014 las exportaciones a China se vieron afectadas y estas disminuyeron en un -11,28%. Estos se debieron a que hubo una disminución del total de barriles exportados de petróleo crudo a China, que pasó de significar más del 50% de las exportaciones totales a ese país, a solo tener una representación del 12%, lo que nuevamente evidencia que Ecuador depende grandemente de un producto único para mantener su sistema económico estable.

Para fines del año 2015, Ecuador exportó a China un total de 723,00 millones de USD en productos, lo que significó que luego de la caída de las ventas a ese país en el período anterior, las exportaciones se recuperaron creciendo en un 44,11% alcanzando el valor más elevado de exportaciones en USD que ha existido en el período investigado (2010-2015).

3.3 Importaciones chinas a Ecuador

Las importaciones provenientes de China a Ecuador han crecido cada año durante el período 2010-2014, en un promedio de 24,55% cada año. La gran cantidad de bienes importados desde el país asiático, sumado con el crecimiento de las importaciones entre 2010-2014 repercuten en el saldo comercial negativo que existe en la Balanza Comercial entre Ecuador y China. Entre el año 2010 y 2011 existió un crecimiento del 48,07% del total de importaciones chinas al estado ecuatoriano, pasó de 2.129,80 millones de USD en compras de productos a China a 2609,10 millones de USD. Entonces como se ha mostrado, mientras las exportaciones de productos ecuatorianos al país asiático disminuyeron en el año 2011, las importaciones del mismo aumentaron en un 48,07% lo que explica el aumento del déficit del saldo comercial de estos dos países que para el año 2011 fue de -1937,50 millones de USD.

Este crecimiento en las importaciones desde China se siguió presentando en los dos siguientes años del período investigado. En 2012 las importaciones crecieron en un 22,50%, no tanto como en el año anterior, pero de todas maneras tuvo un peso significativo en el aumento del déficit comercial para Ecuador en su Balanza Comercial con China. Para fines del año 2013 las importaciones chinas habían crecido en un 25,35% en comparación al año 2012, una cantidad considerable, ya que el año 2013

cerró con un valor de importaciones de 3.270,50 millones de USD que opacó el crecimiento de 44,37% de las exportaciones ecuatorianas a China en ese año.

A partir del año 2014 se puede notar que existe una tendencia a la baja de importaciones de productos chinos, ya que en 2014 las importaciones provenientes de este país solo crecieron en un 2,31%, un valor muy por debajo de la media de incremento anual que se vió en los años anteriores, aunque su valor en millones de USD seguía siendo muy elevado. El valor de las importaciones de productos chinos a Ecuador en 2014 fue el pico más elevado en los valores de importaciones chinas a territorio ecuatoriano, dentro del período investigado (2010-2015). Para fines del año 2015 las importaciones desde China disminuyeron en un -7,75%, y se cerró el año con un valor de productos importados de 3087,00 millones de USD. A pesar de ver la disminución de las importaciones desde China en el último año, los valores que se pagan por productos traídos desde la nación oriental siguen siendo más elevados que el valor total de los productos que se exportan a China.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

4. CAPÍTULO IV: PROPUESTA

Luego de que se ha realizado el análisis de la balanza comercial Ecuador-China en el período 2010-2015 y se ha demostrado que el saldo comercial entre estos dos países es de déficit para la nación latinoamericana, es necesario determinar si existen nuevos productos que Ecuador podría exportar a China con el fin de nivelar la balanza comercial entre estos dos países al largo plazo.

4.1 Similitudes de exportaciones países andinos a China con producción ecuatoriana

En los países andinos como Colombia, Perú y Chile a China y que también son producidos en territorio ecuatoriano, se encuentra que existen 6 productos que son producidos en Ecuador y exportados en cantidades considerables a otros países, y que aún no han sido comercializados con China. Estos son productos que tendrían acogida en el mercado chino ya que otros países andinos envían cantidades considerables de los mismos a ese país asiático, en otras palabras, son productos para los que ya existe una demanda, que Ecuador podría cubrir con sus bienes de similares características y calidad.

Estos productos son:

- Copolímeros de propileno, en formas primarias, ya sea en líquidos o pastas, o en bloques irregulares, trozos, gránulos o masas.

- Madera, incluidas las tablillas y frisos para parqués, sin ensamblar, perfilada longitudinalmente, en una o varias caras o extremos, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos, que sean distintas a la madera de coníferas.
- Aceites y grasas de pescado y sus fracciones, excepto los aceites de hígado de pescado, incluso refinados sin modificar químicamente.
- Jibias, globitos, calamares y potas, congelados, secos, salados o en salmuera.
- Las demás maderas tropicales aserradas o desbastadas longitudinalmente, cortado o desenrollada, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos, de un espesor mayor a 6mm, sin incluir la virola, mahagony, balsa o imbuaya.
- Leche en polvo, sin azucarar ni edulcorar de otro modo.

Estos seis productos prueban ser altamente demandados en el mercado chino, además de que países con características similares a las de Ecuador los exportan en un porcentaje elevado a la nación asiática. Si Ecuador actualmente produce estos bienes, siguiendo el ejemplo de países vecinos, existe una oportunidad de venta que aún no se ha explotado totalmente y podría significar una fuente de mayores ingresos para el país en el futuro.

4.2 Propuesta de productos a exportar a China

Existen productos con potencial para exportar a China, como los productos que actualmente países andinos están comercializando con la nación asiática. Este producto es: Aceites y grasas de pescado y sus fracciones, excepto los aceites de hígado de pescado. Este producto actualmente es producido por Ecuador y exportado a otras naciones, pero no se ha comercializado con China, país que cuenta con una demanda elevada de este producto y que países andinos como Chile y Perú los cubren.

Además, se propone que se refuerce la actual exportación a China de productos que tienen un porcentaje considerable dentro de las exportaciones ecuatorianas a la nación asiática, como:

- Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incluso cepillada.
- Flores y capullos, para ramos o adornos, secos, blanqueados, teñidos.
- Formas para botones y demás partes de botones; esbozos de botones.
- Los demás minerales de los metales, específicamente oro.
- Los demás pescados congelados.
- Glicerol en bruto (se empezó a exportar a partir del 2014)

Si se amplía el abanico de productos que se exporta al gigante asiático, Ecuador dejaría de depender netamente de la venta de petróleo crudo, tendría mayor diversificación en sus productos y se aprovecharía la oportunidad de mercados con

altas demandas que actualmente los países vecinos andinos cubren; todo esto con el fin de al largo plazo igualar la Balanza Comercial Ecuador-China y que el país latinoamericano se convierta en exportador reconocido internacionalmente de otros productos que no sean los tradicionales.

Bibliografía

- Pro Ecuador. (2015). *Guía Comercial China 2015*. Obtenido de Pro Ecuador:
http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/PROEC_GC2015_CHINA1.pdf
- ITC TradeMap. (Mayo de 2016). *Comercio actual y potencial entre Chile y China. Todos los productos*. Obtenido de ITC TradeMap:
http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx
- ITC TradeMap. (Mayo de 2016). *Comercio actual y potencial entre Colombia y China. Todos los productos*. Obtenido de ITC TradeMap:
http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx
- ITC TradeMap. (Mayo de 2016). *Comercio actual y potencial entre Ecuador y China. Todos los productos*. Obtenido de ITC TradeMap:
http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3|218||156||TOTAL||6|1|1|2|2|1|1|1|1
- ITC TradeMap. (Mayo de 2016). *Comercio actual y potencial entre Perú y China. Todos los productos*. Obtenido de ITC TradeMap:
http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx
- ITC TradeMap. (Mayo de 2016). *Lista de los productos exportados por Ecuador*. Obtenido de ITC Trademap:
http://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx

028. LAS EMPRESAS FAMILIARES Y SU APORTE EN EL DESARROLLO DE LA CIUDAD DE ROCAFUERTE - MANABÍ – ECUADOR.

Autores:

Ing. Argenis Rodríguez Bravo, MBA.

Docente tiempo completo de la carrera Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí - PUCEM, Máster en Administración de Empresas de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo - UESS, Ingeniero en Comercio Exterior y Negocios Internacionales de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí - ULEAM.

arodriguez@pucem.edu.ec

Ing. Iván Analuisa Aroca, Mg.

Docente tiempo completo de la carrera Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Católica Sede Manabí - PUCEM, Máster en Administración de Empresas mención Proyectos Escuela Superior Politécnica de Chimborazo - ESPOCH, Ingeniero Zootecnista, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo - ESPOCH.

ianaluisa@pucem.edu.ec

RESUMEN

El presente trabajo tiene el objetivo de investigar sobre las empresas familiares y su aporte en el desarrollo económico de la ciudad de Rocafuerte, para tener un acercamiento sobre la realidad de éstos negocios y la repercusión de sus actividades dentro del cantón. En el desarrollo de este proyecto inicialmente se realizó un diagnóstico situacional por medio de visitas de campo realizadas a los sujetos de estudio. Posteriormente con la finalidad de obtener información sobre la actividad empresarial del cantón se realizó una entrevista dirigida a una de las principales autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Rocafuerte. Además para tener un acercamiento con la realidad se efectuó un estudio de mercado tomando como referencia una muestra poblacional de 67 establecimientos comerciales.

Actualmente el aporte de las empresas familiares al cantón Rocafuerte está ligado con la generación de fuentes de empleo familiar y el pago de tributos como: impuestos municipales, IVA, RISE e impuesto a la renta (IR), sin embargo se pudo constatar como uno de los principales resultados que pese a ello el nivel de aportes no es tan significativo comparado con otro tipo de negocios, principalmente por tratarse en la mayoría de casos de empresas pequeñas que han surgido de iniciativas de emprendimiento rústicas, teniendo como principal propósito el sustento familiar.

Palabras claves: Empresa familiar, desarrollo económico, actividad empresarial, tributos, emprendimiento.

ABSTRACT

This paper has the objective to research about family enterprises and its contribution in the economic development of the city of Rocafuerte, to have an approach to the reality of these businesses and the impact of its activities within the canton. In the development of this project initially a situational analysis was conducted through field visits to research subjects. Later, with the purpose of obtaining information on business activity in the canton an interview directed into one of the leading authorities Decentralized Autonomous Government (GAD) of Rocafuerte was performed. Besides in order to have an approach with the reality a market research with reference to a sample population of 67 commercial establishments took place.

Currently the contribution of family businesses to Canton Rocafuerte is bound up with the generation of sources of family employment and payment of taxes such as municipal taxes, VAT, RISE and income tax (IR), however it was found like one of the main results in spite of this the level of contributions is not as significant compared to other businesses, mainly because it is in most cases small companies that emerged from initiatives of rural endeavor, with the main purpose family support.

Keywords: Family businesses, economic development, businesses, taxes, entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de los países determina un estatus por el que luchan todas las naciones, donde se relaciona progreso con éxito y es en dirección a esta palabra que el mundo se mueve. Ello, está en función del número de empresas que se establezcan en sus territorios, la generación de empleos que brindan, el nivel y la calidad de producción que crean.

La importancia de las empresas familiares en la economía de un país y del mundo es un hecho indiscutible, pues constituyen la espina dorsal del desarrollo económico. Las empresas en Manabí tienen un tinte general dirigido a los trabajos en el campo, a los temas agrícolas, ganaderos y de a poco está tomando poder el turismo, esto a pesar de no contar aún con las condiciones requeridas para promocionar los sitios y los servicios que en la provincia se hallan.

La presente investigación tuvo por finalidad el análisis de las empresas familiares asentadas en la ciudad de Rocafuerte y su aporte al desarrollo económico del cantón, puesto que se trata de un tema de gran relevancia para conocer el rumbo evolutivo de la localidad y tener una perspectiva más amplia sobre la situación actual de los negocios, permitiendo detectar obstáculos que puedan ser contrarrestados a fin de brindar contribuciones a los sujetos de estudio por parte de las entidades competentes.

Para la realización de este trabajo investigativo se determinaron objetivos a alcanzar, cuyos fines o propósitos contribuyen a resolver la problemática existente en esta investigación:

OBJETIVO GENERAL

Valorar el aporte de las empresas familiares en el desarrollo económico de la ciudad de Rocafuerte.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Diagnosticar la situación de las empresas familiares existentes en la ciudad de Rocafuerte.

Aplicar métodos cuantitativos y cualitativos para el levantamiento de la información e interpretación de los resultados obtenidos.

Determinar el aporte de las empresas familiares en el desarrollo económico de la ciudad de Rocafuerte.

RESULTADOS

Las microempresas en muchos casos tienen la visión de expandirse a través del cambio progresivo de las instalaciones, modelos de gestión, inclusión de nuevos productos o servicios, etc. Sin embargo, en Rocafuerte el mayor número de negocios están orientados hacia labores manuales dejando de lado el uso de herramientas tecnológicas, que muchas veces aportan a la simplificación de procesos. Un claro punto de partida de este precepto está rasgado por el nivel de instrucción de estos emprendedores, ya que si bien, su experiencia en el manejo de negocios es fundamental y les ha permitido a muchos mantenerse en el mercado, también es cierto que muchos de ellos son reacios a cambios, por eso el giro del negocio en muy pocos casos evoluciona o se diversifica de la idea de modelo de empresa original.

Otra de las razones por las cuales las empresas no han podido desarrollarse rápidamente, ha sido porque las empresas familiares son propiedad de personas de edad avanzada, que carecen de conocimientos técnicos y que crean sus estrategias comerciales en base a experiencias, razón por la cual no permiten adaptarlas a los requerimientos del entorno en que se desenvuelven.

A pesar de que las empresas familiares de la ciudad de Rocafuerte no generan mayores aportes económicos al cantón, principalmente por tratarse de negocios pequeños y en ciertos casos informales, que han surgido de la necesidad de obtener fuentes de ingresos para las familias del cantón, éstas se han convertido en un elemento fundamental en los hogares rocafortenses debido a que constituyen fuentes de ingreso que permiten la subsistencia de muchas familias.

La contribución al desarrollo cultural de la ciudad y país es otro de los reconocimientos otorgados al 80% de empresas familiares asentadas en Rocafuerte, ya que es considerada la capital mundial del dulce, donde se elaboran una inmensa gama de almíbar por parte de estos negocios.

En ese sentido se pudo constatar a lo largo del trabajo de campo aplicado¹ a estas empresas que el 75% de ellas están inscritas en el Ruc² y generan aportes a través del pago de impuestos; especialmente impuestos municipales en un 20.77%, IVA³ en un 31.03%, Impuesto a la Renta⁴ en un 37.17% y RISE⁵ con un 5.76%. Además de permitir en la mayoría de los casos la contratación de personas pertenecientes al núcleo familiar en un promedio de 9 personas, pese a que el pago promedio no sobrepasa el salario básico⁶.

TABLA N° 1. RECAUDACIÓN IMPUESTOS FISCALES ROCAFUERTE 2015

RECAUDACIÓN IMPUESTOS FISCALES ROCAFUERTE 2015		
IMPUESTO	MONTO RECAUDADO	PORCENTAJE
IMPUESTO A LA RENTA GLOBAL	\$268.188,13	37,17%
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	\$223.845,04	31,03%
RÉGIMEN IMPOSITIVO SIMPLIFICADO	\$41.574,84	5,76%
OTROS INGRESOS FISCALES	\$187.889,60	26,04%
TOTAL RECAUDADO	\$721.497,61	100%

Elaborado por: Autores de la investigación

Fuente: Servicio de Rentas Internas

¹ Se realizaron 67 encuestas a dueños de negocios asentados en la ciudad de Rocafuerte en la provincia de Manabí.

² Registro Único de Contribuyentes: su función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

³ Impuesto al Valor Agregado: grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados. Existen básicamente dos tarifas para este impuesto que son 12% y tarifa 0%.

⁴ Impuesto a la Renta (IR): se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras. El ejercicio impositivo comprende del 1o. de enero al 31 de diciembre.

⁵ Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano: es un nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país.

⁶ El salario básico unificado para el año 2016 en el Ecuador es de USD 366.

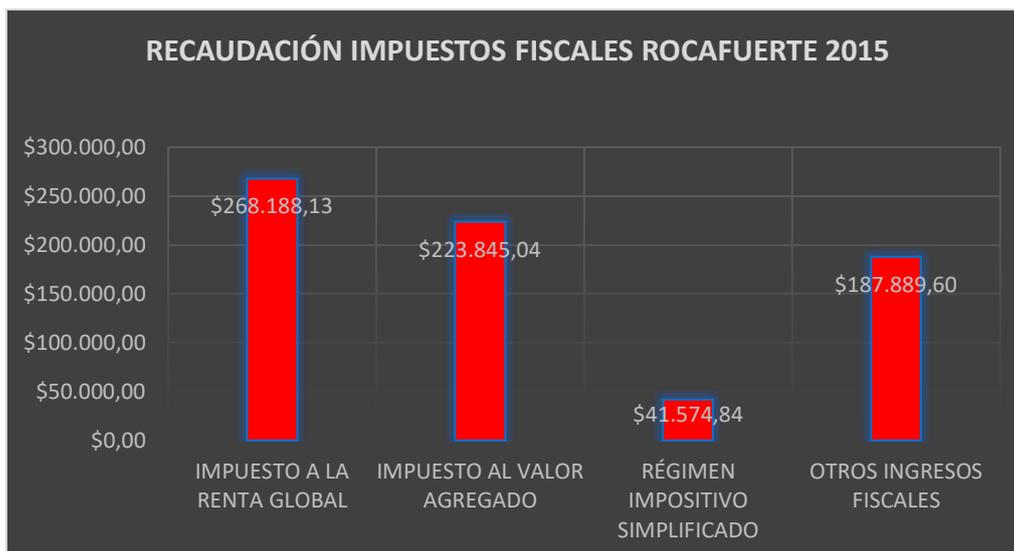


Gráfico N° 1. Recaudación Impuestos Fiscales Rocafuerte 2015

Elaborado por: Autores de la investigación

Fuente: Servicio de Rentas Internas

TABLA N° 2. RECAUDACIÓN IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES MUNICIPALES ROCAFUERTE 2015

RECAUDACIÓN IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES MUNICIPALES ROCAFUERTE 2015		
DESCRIPCIÓN	MONTO RECAUDADO	PORCENTAJE
IMPUESTOS MUNICIPALES	\$72.021,19	20,77%
TASAS Y CONTRIBUCIONES	\$274.742,96	79,23%
TOTAL RECAUDADO	\$346.764,15	100%

Elaborado por: Autores de la investigación

Fuente: Servicio de Rentas Internas

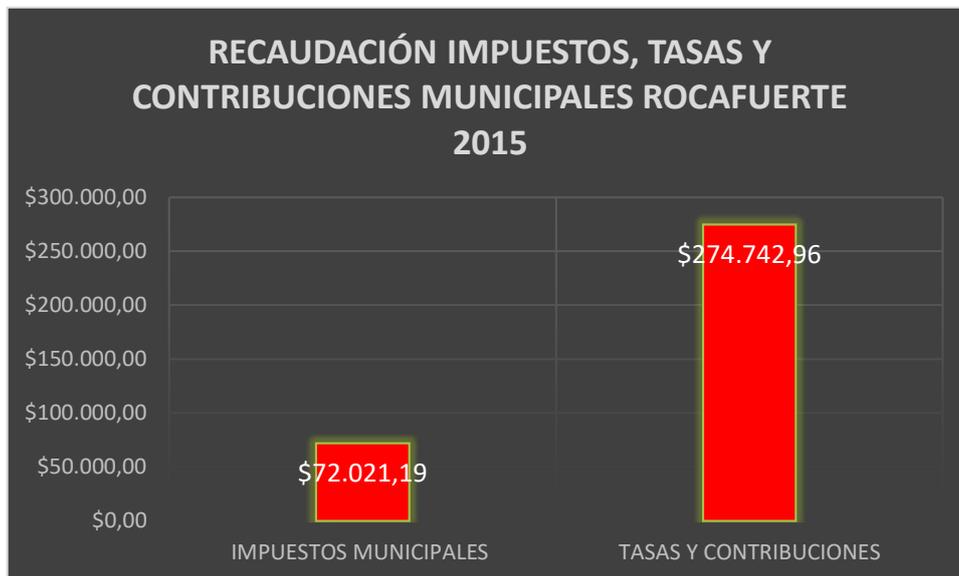


Gráfico N° 2. Recaudación Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales 2015

Elaborado por: Autores de la investigación

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Valorando los resultados anteriores se puede inferir que estas empresas generan un aporte para el cantón Rocafuerte y por ende para el país, pero se requiere del apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de la ciudad, con iniciativas que contribuyan a la legalización de ese 25% de negocios de familia que aún se encuentran en la informalidad, dotándoles de beneficios tributarios que impulsen la legitimación de las actividades comerciales de la ciudad. La generación de información sobre este tipo de temas es también de gran relevancia para la comunidad, permitiendo despertar el interés por la creación de fuentes de acceso a través de dicha información.

Como referente para el desarrollo del tema propuesto, se tomó la información disponible en el censo nacional realizado en el año 2010⁷, aunque éste no explica la realidad de las empresas familiares y su aporte, puesto que su enfoque está dirigido hacia aspectos generales de la actividad comercial, sirvió de base o sustento a esta investigación.

DESARROLLO

La metodología empleada considera los diferentes aspectos a desarrollar en este trabajo de investigación, que tiene carácter:

⁷ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Censo de Población y Vivienda. 2010.

- ✓ **Exploratoria:** A partir del diagnóstico de los diferentes negocios que se encuentran ubicados en la zona urbana de la ciudad de Rocafuerte, lugar donde se concentra la mayoría de los modelos de negocios asentados.
- ✓ **Descriptiva:** Considerando que se llega a conocer una situación determinada a través del uso de diferentes técnicas que se describirán a continuación:
- ✓ **Población y Muestreo**
Para la obtención de datos reales de la investigación se realizó el respectivo cálculo de la muestra a una población definida, tomando como referencia los datos siguientes:

- ❖ **Población:** La población investigada está constituida por un total de 33.735 habitantes del cantón Rocafuerte que representan el 2.47%, de la población manabita, según datos proporcionados por el INEC⁸ en base al censo poblacional realizado en el año 2010.

- ❖ **Muestra:** Para la aplicación de las técnicas utilizadas, se realizó un muestreo aleatorio simple como procedimiento para el cálculo del tamaño de la muestra que según (Ochoa, 2015) consiste en una técnica de muestreo en la que todos los elementos forman el universo y que, por lo tanto, están descritos en el marco muestral, tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra.

- ❖ La fórmula estadística aplicada fue la siguiente:

$$\frac{z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{Z^2 \cdot P \cdot Q + NE^2}$$

Dónde:

Z	1,64
P	0,5
Q	0,5
N	33735
E	0,1

p = Probabilidad de Aceptación 50%

q = 1 – p Probabilidad de No Aceptación 50%

z= Nivel de confianza deseado = (1,64)

⁸ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

$e =$ Error muestral permitido⁹ 10%

$N =$ Población¹⁰

Mediante la aplicación de la fórmula se obtuvo una muestra poblacional de 67 encuestas.

✓ **Técnica cualitativa**

Se utilizó esta técnica por medio del uso de entrevistas, las cuales estuvieron dirigidas a autoridades de entidades públicas del cantón Rocafuerte. Se realizó una entrevista a la directora financiera del G.A.D de Rocafuerte, utilizando un guion de entrevista previamente estructurado, el cual constaba de un total de 9 preguntas orientadas hacia conocer la información que posee el departamento financiero del G.A.D. del cantón Rocafuerte¹¹ en la provincia de Manabí, en materia de tributación por parte de los modelos de negocios que están asentados en la ciudad de Rocafuerte.

✓ **Técnica cuantitativa**

Se empleó esta técnica para la obtención de datos por medio de un muestreo, donde se realizaron encuestas a los locales comerciales de la ciudad de Rocafuerte. Haciendo uso de un cuestionario pre-elaborado, el cual contenía 14 preguntas, las cuales estaban enfocadas a recabar información sobre aspectos esenciales en actividad comercial que desempeñan los negocios tales como: tipo de empresa, número de empleados, actividades comerciales, aspectos tributarios y sobre todo el número de plazas de empleo que la entidad encuestada oferta a los habitantes del cantón.

CONCLUSIONES

- ✓ El 80% de las empresas de Rocafuerte son clasificadas como familiares. Este tipo de empresas han surgido en mayor proporción como fuente de ingresos para las familias del cantón, en muchos casos debido a la falta de oferta

⁹ Error máximo admitido que en el caso de la media y del total se da en las mismas unidades en que vengan la media y el total y en el caso de la proporción se da en porcentaje. Es un valor fijado por el investigador.

¹⁰ Se consideró como habitantes a dueños de negocios asentados en la ciudad de Rocafuerte.

¹¹ Entrevista realizada a la señora Rita Zambrano, Directora Financiera Encargada del GAD del cantón Rocafuerte de la Provincia de Manabí.

laboral y en otros por iniciativa de emprendedores que han apostado en la creación de un negocio como medio de progreso.

- ✓ Las empresas familiares tienen muchos obstáculos, siendo los más relevantes los relacionados con su administración y estructura organizacional, lo cual trae como consecuencia que las actividades desarrolladas no se aparten de lo tradicional.
- ✓ Los negocios son administrados y atendidos por el mismo propietario, siendo parte de la plantilla de trabajadores personas pertenecientes al núcleo familiar, la cual no excede un promedio de 9. La remuneración promedio percibida no es mayor al sueldo básico, ya que más allá de percibir un sueldo se trabaja por el progreso y mantenimiento de la iniciativa familiar; sin embargo la mayoría de empleados cuentan con los derechos laborales determinados por la ley ecuatoriana.
- ✓ Uno de los principales inconvenientes presentes a pesar del trabajo conjunto en familia es que muchas de las personas que integran estas empresas no cuentan con un nivel de instrucción superior, el cual es fundamental para aplicar conocimientos técnicos que contribuyan a generar acciones y un buen desempeño de la empresa en el mercado.
- ✓ Debido a la naturaleza de las empresas familiares de Rocafuerte, el ingreso promedio diario bordea los \$100 y son pocos los casos en que éste es superior a \$500, las empresas que perciben un ingreso de este volumen son empresas muy bien posicionadas en el mercado y donde la plantilla laboral en su mayoría está constituida por personas ajenas a la familia.
- ✓ La mayoría de las empresas familiares están inscritas en el Ruc, perteneciendo en su gran mayoría al Régimen Tributario General y otro grupo de empresas al Régimen Impositivo Simplificado, sin embargo muy pocas de ellas tienen carácter de contribuyente especial, debido a la naturaleza de los negocios. Por lo general los impuestos declarados por estas empresas son: Impuestos municipales, IVA, Impuesto a la Renta y RISE¹².
- ✓ A pesar de la rusticidad de la mayoría de negocios, se está creando una cultura tributaria a nivel de los empresarios cuya contribución es importante para el cantón.

¹² Ver tablas Nro. 1 y 2, páginas 5 y 6.

BIBLIOGRAFÍA

- Amat, J. (2003). *El protocolo familiar*. Bilbao: Corona F.
- Burgos Briones , S. M. (2010). *Investigación y puesta en valor de los recursos gastronómicos del cantón Rocafuerte*. Portoviejo: Universidad Técnica Particular de Loja. Escuela de Hotelería y Turismo. Carrera de Administración Turística .
- Carlock, R. (2001). *Planeación estratégica de empresas familiares*. New York: Palgrave.
- Chua, J. (2003). *Extension teórica de empresas familiares*. Londres: F. cass.
- Churchill, N. (1995). *Las 5 fases de las empresas familiares*. Chicago: Espasa Calpe.
- Corporación Financiera Internacional. (2011). *Manual IFC de Gobierno de Empresas Familiares*. Washington: Internacional Finance Corporation.
- Cristensen, H. (1964). *Estudio de las relaciones familiares*. Chicago: Rand Mc Nally.
- Fuentes Lombardo, G., Hernández Ortiz, M., & Vallejo Martos, M. (2008). Razones para crecer en la empresa familiar: un análisis comparativo . *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* , 1-20.
- Ginebra, J. (2002). *Las empresas familiares*. México D.F: Panorama.
- Ginebra, J. (2005). *Las Empresas Familiares, su dirección y su continuidad*. México D.F.: Panorama.
- Gómez, G. (2005). *¿Son iguales todas las empresa empresa familiares?* . Bogotá: Norma.
- Lozano Posso , M. (2003). Expansión de empresas familiares mediante alianzas internacionales . *Revista de Empresa* , 98-108.
- Mucci , O. O. (2008). *Empresas familiares: funcionamiento e identidad*. Mar de Plata: EUEM.
- Parra, D. (2013). *Empresas Familiares*. Quito: El Mercurio.
- Pérez Roríguez, M. J. (2007). *Fundamentos en la dirección de la empresa familiar; emprendedor, empresa y familia* . España: Editorial Paraninfo.
- Rodríguez Alcáiz, J. J. (2007). *El protocolo familiar: un juego de promesas y una cascada de contratos* . Madrid: PRASA .
- Rodríguez Vázquez, V. (2015). *"Modelo de Gobierno Corporativo para pequeñas y medianas empresas familiares del sector económico Industrias Manufactureras de la ciudad de Cuenca"*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- Ruíz, G. (2012). *Empresas familiares, formación jurídica*. Quito: Cuadernos de reflexión de la cátedra PRASA.
- Sánchez, A., & Bellver Antonio, S. A. (2005). *La empresa familiar. Un manual para el empresario*. España: Deusto Ediciones.
- Sánchez, A., Casanova, C., Bellver, A., & Sánchez, A. (2005). *La Empresa Familiar*. Barcelona: Deusto .

- Servicio de Rentas Internas. (2010). *sri.gob.ec*. Recuperado el 15 de 04 de 2016, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/230>
- Ward, J. (2006). *El éxito en los negocios de familia* . Bogotá: Editorial Norma .
- Welsch, J. (1993). *El impacto familiar en el proceso administrativo*. Nueva York: Privamera.

029. IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA AUTOMATIZADO DE ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES SAP EN EL DEPARTAMENTO DE COMPRAS LOCALES DE UNA COMPAÑÍA TELEFÓNICA.

Autores:

Ing. Rubén Andrés Vásconez Swett

Ingeniero en Administración de Empresas

Universidad Tecnológica ECOTEC

ruben316_vasconez@hotmail.com

CPA Rafael Eduardo Ron Amores, MAE

Contador Público Autorizado,

Magíster en Administración y Dirección de Empresas

Docente Universidad Tecnológica ECOTEC.

eron@ecotec.edu.ec

RESUMEN

La administración de los recursos disponibles en una organización y la productividad de su personal, tienen una influencia directa sobre los resultados de la compañía, tanto económicos, como corporativos. En el presente trabajo se tiene como objetivo poder comprender la incidencia de los factores que afectan la eficiencia de los procesos llevados a cabo por el personal del departamento de compras locales en una empresa operadora de telefonía celular a raíz de la implementación de un informático de gestión empresarial denominado SAP, en reemplazo de uno anterior denominado Peoplesoft. Para el cumplimiento de este objetivo se realizó un estudio basado en el levantamiento de la información relevante de la operativa en el departamento de compras durante el primer trimestre de los años 2015 y 2016 a manera de comparativo. La implementación del sistema ERP SAP ha permitido una mejora sustancial en la gestión de las actividades y en la productividad del personal del departamento de compras de la compañía, mediante la optimización de los tiempos de atención de requerimientos de las áreas solicitantes, automatización de los procesos de adquisición de bienes y servicios; así como también un mayor alcance en la gestión del departamento para un mejor cumplimiento de las metas propuestas. Partiendo de los resultados del presente estudio se demuestra los beneficios obtenidos en la implementación del nuevo sistema de administración de recursos, en cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Palabras clave: Sistema automatizado de recursos empresariales, SAP, implementación.

ABSTRACT

Management of available resources in an organization and productivity of their staff, have a direct influence on the results of the company, both economic and corporate. In the present work it aims to understand the impact of factors affecting the efficiency of the processes carried out by the department staff local purchases in an operating cell phone company following the implementation of a computerized management business called SAP, replacing a previous one called Peoplesoft. To fulfill this objective a study based on the survey of relevant operational information in the purchasing department during the first quarter of 2015 and 2016 was performed comparative way. The implementation of the SAP ERP system has allowed a substantial improvement in the management of activities and productivity of staff in the purchasing department of the company, by optimizing time care requirements of applicants areas, process automation procurement of goods and services; as well as greater scope in managing department for better compliance with the proposed goals. Based on the results of this study the benefits from implementing the new resource management system in compliance with organizational objectives is demonstrated.

Keywords: SAP, Enterprise Resource Planning, ERP

1. INTRODUCCIÓN

Una organización es la reunión de personas o individuos que comparten responsabilidades específicas en común y actúan en conjunto para el cumplimiento de metas y objetivos establecidos por la misma. Todas las organizaciones cuentan con un propósito, un grupo humano y una estructura con procesos definidos en todos sus niveles. El éxito de una organización está directamente ligado a la eficiencia de sus procesos productivos e inherentemente, de su personal.

Mediante este trabajo se analizó el impacto de la implementación del sistema de planificación de recursos empresariales SAP, que son las iniciales de Systems, Applications, Products, en la productividad de los trabajadores del departamento de compras locales de una compañía operadora de telefonía celular, a la que en lo posterior se le denominará como la compañía. Para esto, se procedió a realizar un levantamiento de información respecto al número de solicitudes de compras atendidas, tiempo de atención de las mismas y promedio de descuentos obtenidos durante el primer trimestre de los años 2015 y 2016 respectivamente. Importante mencionar que, durante el año 2015, el sistema empresarial implementado se trataba de Peoplesoft, mientras que para el año 2016 se produjo el cambio hacia el sistema SAP. El proceso anterior implicaba el realizar algunas actividades operativas adicionales y menores que no sumaban valor agregado a la gestión de compras locales.

El levantamiento esta información permitió establecer un detalle comparativo en el que se pueda evidenciar la incidencia de la implementación del nuevo sistema de recursos empresariales SAP en la productividad y eficiencia de los procesos de adquisiciones, así como de igual manera, en el desempeño del personal del departamento de compras locales de la compañía en referencia.

La compañía objeto de la presente investigación, tiene como actividad la venta de productos y servicios de tecnología y telefonía móvil, es una empresa subsidiaria de una multinacional en la prestación de servicios en el continente americano, y actualmente cuenta con 96% de cobertura de señal en el territorio ecuatoriano, más de 5.000 puntos de venta, 80 centros de atención al cliente y alrededor de 3.000 empleados directos a nivel nacional.

Tiene un modelo de negocio basado en el desarrollo sostenible del mercado, con el objetivo de satisfacer las necesidades de sus clientes, desarrollar las capacidades de sus colaboradores, generar rentabilidad y fortalecer su reputación.

En la actualidad, el sistema SAP ha permitido integrar todas las actividades correspondientes al proceso de compras, como son el registro y verificación de datos de proveedores, ingreso de contratos, ingreso y tratamiento de solicitudes y órdenes de compra locales, cálculo automático de multas por retrasos de entrega de bienes o servicios, envío automático de órdenes de compras a proveedores, verificación de inventario, y la descarga de reportería por usuario

Este desarrollo supone un impacto económico, ya que mediante la unificación de los flujos productivos es posible demostrar la optimización de tiempo y recursos, que a corto y mediano plazo se traduce en una ganancia a nivel económico para la compañía.

2. Desarrollo.

La organización es una unión social conformada por personas, también llamadas individuos, con tareas definidas que dan lugar una estructura donde mediante sistemas de interacción se logran producir bienes y servicios para de esta forma satisfacer las necesidades crecientes de una comunidad o región; y de igual manera cumplir con sus objetivos inherentes estipulados en su misión y visión empresarial. Este planteamiento se encuentra ampliamente reconocido y sustentado en los estudios que los principales autores de la temática han realizado y puesto a disposición de la academia y la ciencia, como Etzioni, A. (1965), Koontz, H. (1974), Guzmán, I. (1994).

Para Idalberto Chiavenato, I. la organización es “un sistema de actividades conscientemente coordinadas entre dos o más personas” cuando los individuos se

juntan para cooperar entre sí y lograr metas en común, que no podrían alcanzarse mediante el esfuerzo individual". La organización finalmente existe en cuanto "hay personas capaces de comunicarse, que están dispuestas a contribuir en una acción conjunta con el fin de alcanzar un objetivo en común" (Administración de Recursos Humanos, 2011, pág. 6).

Para Casanova (2002) la productividad se define como "la relación entre la producción obtenida por un sistema de producción o servicios y los recursos utilizados para obtenerla". Asimismo, la productividad está vinculada con los estándares de calidad presentes en la organización. Como consecuencia de la mejoría de dichos estándares, se produce un aumento en la utilidad y en definitiva, un ahorro en cuanto a los recursos.

Locke en su teoría de establecimiento de metas destaca cómo éstas cumplen una función importante en el comportamiento del trabajador, así como también significará un mayor impulso en el desempeño general de la organización. Aunque establecer metas demandantes ofrece un factor motivador, esto por sí solo no es suficiente, ya que deberá existir el compromiso del individuo hacia el cumplimiento de objetivos, el desarrollo de su trabajo, entender el impacto del mismo dentro de su área y organización.

El concepto de calidad es frecuentemente utilizado en variedad de escenarios, sin embargo, la percepción de su significado se puede dar de diferentes formas. Según Ishikawa (1988, pág. 52) la calidad se puede definir como "desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto que sea el más económico, útil y siempre satisfactorio para el consumidor". Además indica que "no importa qué tan elevada puede llegar a ser la calidad, ya que si el bien o servicio en cuestión tiene un precio superior al esperado, en definitiva no podrá cumplir con satisfacer al cliente".

Juran, J. (1995) se refiere a la calidad como el escenario el que un bien o servicio es "adecuado para el uso". También lo presenta como "la satisfacción del cliente externo e interno". Expone que la calidad tiene como base dos conceptos que se encuentran interrelacionados, siendo el primero: "la calidad está orientada a los ingresos, y consiste en aquellas características del producto que satisfacen necesidades del consumidor y, como consecuencia de eso producen ingresos. En este sentido, una mejor calidad generalmente cuesta más". Otra visión de calidad estaría fijada directamente a "los costes y consistiría en la ausencia de fallas y deficiencias".

En otras palabras, la productividad y la calidad se encuentran directamente relacionadas de tal manera que el resultado final de esto significará un nivel alto de satisfacción a nivel del cliente o usuario final. Es por esto que dentro del proceso de producción y calidad se busca constantemente una mejoría en todos los frentes de

tal manera que se pueda contar con un proceso eficiente, eficaz y que permita la optimización de todos sus recursos disponibles.

El mejoramiento continuo es el resultado de la unión de todas las actividades cotidianas de la empresa que permiten lograr un mayor grado de competitividad mediante la búsqueda continua de la excelencia, y por defecto, la satisfacción del cliente. El monitoreo constante de los procesos y resultados, permite analizar la productividad del sistema en todas sus etapas e identificar aquellos puntos que necesitan ajustes o replanteamientos. El mejoramiento en organizaciones también conlleva al establecimiento de sistemas tecnológicos que permitan un mejor control de las actividades dentro de las mismas.

En cuanto a la tecnología de información, de acuerdo a la definición de Gaxiola, J. (2002), es una herramienta de ámbito de la informática capaz de realizar tareas como almacenamiento, procesamiento y transformación de datos de las actividades operativas de una compañía, mediante el uso de equipo de cómputo.

Carr, N. (2005) hace referencia a que la tecnología de la información es considerada como una gran ventaja competitiva entre las diversas organizaciones. Siendo así considerada como un soporte importante en el conocimiento de la administración que involucra el apoyo y colaboración de aquellas prácticas tecnológicas. Permite producir, manejar, categorizar y compartir de manera flexible la información disponible en la compañía.

La tecnología de información se ha convertido en un aliado importante en el crecimiento de las organizaciones, ya que permite una más eficiente administración de sus procesos y datos varios, propios de sus operaciones. Este manejo de eficaz de información puede significar una gran ventaja competitiva ante otras compañías a corto y mediano plazo.

El sistema de planificación de recursos empresariales, traducción del término en inglés Enterprise Resource Planning, conocido como ERP por sus siglas en inglés, es un sistema integrado de gestión empresarial que busca cumplir con la satisfacción de las necesidades empresariales y unificación de todos aquellos procesos que estén ligados a la productividad en una organización.

A continuación se presentan algunas definiciones del sistema de gestión en referencia, sustentadas por los principales autores de la temática:

Según Davenport, T. (1998), un sistema ERP es un sistema de software que integra toda la información que fluye a través de la compañía, esto es, financiera, contable, de recursos humanos, cadena de abastecimiento, clientes y proveedores.

Asimismo de acuerdo con Holland y Light (1999), un ERP automatiza las actividades corporativas principales, incorporando las mejores prácticas para facilitar la toma de decisiones rápida, la reducción de costes y el mayor control directivo.

Otra definición propuesta por Markus (2000), indica que un sistema ERP es un programa informático que posibilita la integración de datos transaccionales y de los procesos de negocio a través de una organización.

Según McGaughey (2009), un ERP es un sistema automatizado de información que unifica todos los procesos del negocio, con el propósito de crear valor agregado y reducir los costos; permitiendo que la información sea veráz y se encuentre disponible para las personas correctas y en el momento adecuado; Esto ayudará a la toma de decisiones en la gestión de los recursos de manera productiva y proactiva.

Materiales y métodos

La investigación es de tipo correlacional - descriptiva. Es de tipo correlacional ya que pretende explicar la relación entre la implementación del sistema automatizado de gestión, SAP, y la eficiencia de los procesos llevados a cabo por el personal de compras locales de la compañía; tomando la información validada del primer trimestre de los años 2015 y 2016. Descriptiva porque, a través del estudio se busca conocer y explicar los factores que inciden las causas que dan origen al fenómeno.

El universo es de 3.000 colaboradores a nivel nacional. Sin embargo, para la medición se decidió considerar al personal del departamento de compras locales, el mismo que está conformado por 4 analistas y un supervisor de compras, por lo que no se utilizó fórmula estadística ya que los datos a analizarse fueron tomados considerando el levantamiento de información disponible a través de los programas de gestión de recursos disponibles en la compañía, Peoplesoft y SAP. La clasificación de la información y recursos necesarios para realizar la medición se determinó por medio de un método empírico y no estadístico.

El flujo del proceso de compras locales de la compañía analizada, consiste en una serie de pasos, que independientemente del sistema de ERP utilizado, son fundamentales para la gestión de las compras a nivel local; los mismos que a continuación se detallan:

- Recepción del requerimiento por parte del área usuaria
- Ingreso de la solicitud de compra por parte del solicitante
- Envío de soportes para la compra
- Contacto con los proveedores del bien y servicio
- Negociación de precios
- Asignación de proveedor

- Elaboración de la orden de compra
- Envío de la orden de compra al proveedor y al usuario solicitante
- Coordinación de entrega del bien o servicio
- Recepción del bien o servicio
- Entrega de la factura
- Bitacorización de la compra

Se realizó la recopilación de información relacionada a la cantidad de solicitudes atendidas por cada analista de compras y a su vez segmentadas por tipo de presupuesto (activo o gasto), y por área solicitante dentro de la compañía. Para este levantamiento se consideró el primer trimestre del año 2015, cabe mencionar que durante este periodo el sistema de gestión utilizado en la compañía fue Peoplesoft; mientras que en el 2016 el sistema ERP implementado se trata de SAP.

Para la medición correspondiente al número de requerimientos de compras atendidos, se tomó en consideración la cantidad de solicitudes atendidas por comprador en un periodo determinado, en este caso mensual, durante el primer trimestre de los años 2015 y 2016. La tabulación se realizó en el programa Excel de Microsoft Office.

En cuanto a los criterios de medición correspondientes al tiempo de atención de una solicitud de compra, se tomó en consideración que de acuerdo a la política de compras locales e importaciones, cada analista de compras tiene un tiempo máximo de atención de requerimientos de hasta 10 días, posterior a este plazo se considerará como una solicitud vencida.

Para la medición de descuentos obtenidos en las negociaciones de compras locales, es necesario contar con los datos de la primera ronda de negociaciones del bien o servicio en cuestión, así como también con la información del cierre de la negociación, con el fin de poder establecer la variación porcentual y llegar a determinar el ahorro obtenido. De igual forma, se realiza la diferenciación por comprador; teniendo como base comparativa los años 2015 y 2016, durante el primer trimestre de los mismos.

Todos los movimientos, conocidos también como “transacciones”, quedan registrados durante todo el proceso en una base de datos única, donde es posible realizar consultas en línea sobre toda la información generada por todas las áreas de la empresa (Framiñám, J.; Ruiz, R., 2003).

Actualmente existen varias empresas dedicadas al desarrollo de esta clase de plataformas de gestión empresarial, entre las cuales se destacan SAP, Peoplesoft, Oracle, BAAN, y Microsoft Dynamics.

Análisis e interpretación de los resultados

Como se puede observar en el levantamiento de información expuesto en Anexo 1, en el 2016, ya con la herramienta de gestión ERP SAP, varias tareas se han visto eliminadas y así el tiempo que toma el proceso de atención de solicitudes de compras finalmente es de 38 minutos por solicitud; en comparación al 2015 (con el sistema de gestión Peoplesoft), este proceso tomaba 335 minutos. Con esto se puede afirmar que la variación entre el año 2016 y 2015 es del 89%; siendo de esta forma el proceso de gestión por cada solicitud de compras en el 2016 un 89% más rápido que aquel del 2015.

Entre las tareas que se han suprimido del proceso del 2015, se consideran aquellas que representan una carga operativa manual para los analistas del departamento de compras. Dichas tareas han pasado a automatizarse con la implementación del ERP SAP, las mismas que corresponden a:

- Aprobaciones manuales y digitales
- Recolección de firmas (Jefatura y gerencia)
- Digitalización de documentos
- Impresiones y;
- Bitacorización manual de ordenes de compras emitidas

Es importante también aclarar que las solicitudes son tratadas de manera paralela, no así individualmente, es decir, cada comprador puede tramitar más de una solicitud de compra a la vez.

Tomando en consideración la política de compras locales de la compañía, una solicitud vencida significa una falta de gestión por parte del departamento de compras que podría ocasionar retrasos en los proyectos, metas, y así como también en la operativa general del área usuaria.

A continuación se detallan los resultados de las mediciones en el tiempo de atención de solicitudes de compras por parte de los analistas del departamento de adquisiciones, estableciendo una comparación entre el primer trimestre del año 2015 (cuando la herramienta informática usada se trataba de Peoplesoft) versus el 2016 (año en el que se implementa el nuevo sistema SAP) en la compañía.

Cuadro 1
Detalle de tiempo de atención de solicitudes de compra (Primer trimestre 2015) - ERP PEOPLESOFT

DETALLE	ATENCIÓN ≤ 10 DIAS	ATENCIÓN > 10 DIAS	TOTAL
ENERO	42	19	61
COMPRADOR 1	22	2	24
COMPRADOR 2	4	6	10
COMPRADOR 3	14	8	22
COMPRADOR 4	2	3	5
FEBRERO	59	4	63
COMPRADOR 1	18	1	19
COMPRADOR 2	0	1	1
COMPRADOR 3	40	1	41
COMPRADOR 4	1	1	2
MARZO	40	4	44
COMPRADOR 1	14	0	14
COMPRADOR 3	13	0	13
COMPRADOR 4	13	4	17
Total general	141	27	168
Relación porcentual	84%	16%	100%

Elaborado por: Autores

De acuerdo al levantamiento realizado, se puede observar que durante el primer trimestre del año 2015, en el departamento de adquisiciones se tramitó un total de 168 solicitudes de compra con el sistema ERP Peoplesoft, de las cuales 141 se trataron dentro de los 10 días laborables como establece la política empresarial; mientras 27 de las solicitudes fueron atendidas fuera del tiempo reglamentario. En términos generales se establece que un 84% del total de solicitudes fueron atendidas dentro del período estipulado en la normativa, mientras el 16% de las mismas corresponde a solicitudes vencidas.

Cuadro 2
Detalle de tiempo de atención de solicitudes de compra
(Primer trimestre 2016) ERP SAP

DETALLE	ATENCIÓN ≤ 10 DIAS	ATENCIÓN > 10 DIAS	TOTAL
ENERO	491	0	491
COMPRADOR 1	97	-	97
COMPRADOR 2	99	-	99
COMPRADOR 3	97	-	97
COMPRADOR 4	98	-	98
COMPRADOR EVENTUAL	100	-	100
FEBRERO	341	0	341
COMPRADOR 1	69	-	69
COMPRADOR 2	67	-	67
COMPRADOR 3	67	-	67
COMPRADOR 4	69	-	69
COMPRADOR EVENTUAL	69	-	69
MARZO	609	0	609
COMPRADOR 1	120	-	120
COMPRADOR 2	125	-	125
COMPRADOR 3	123	-	123
COMPRADOR 4	118	-	118
COMPRADOR EVENTUAL	123	-	123
Total general	1.441	0	1.441
Relación porcentual	100%	0%	100%

Elaborado por: Autores

Según la información recopilada del primer trimestre del 2016, con el sistema de administración ERP SAP se tramitó un total de 1.441 solicitudes de compras locales. Todas estas solicitudes fueron tratadas por el personal de compra dentro de los 10 días estipulados dentro de la normativa empresarial, sin caer en el vencimiento, ni generando retrasos en la operativa con los clientes internos.

Cantidad ordenes de compra generadas.

Se realizó la revisión documental de las órdenes de compra generadas durante el primer trimestre del 2015 y 2016 respectivamente, para de esta manera poder establecer un detalle comparativo. A continuación se muestran los resultados:

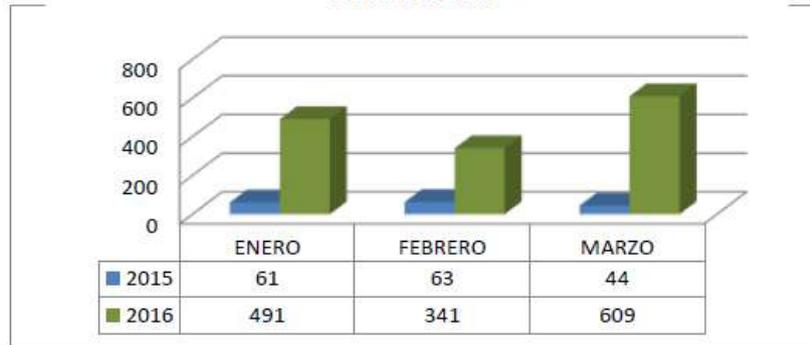
Cuadro 3
Detalle comparativo de órdenes de compra generadas
2015 vs. 2016

DETALLE	ORDENES DE COMPRA 2015	ORDENES DE COMPRA 2016
ENERO	61	491
COMPRADOR 1	24	97
COMPRADOR 2	10	99
COMPRADOR 3	22	97
COMPRADOR 4	5	98
COMPRADOR EVENTUAL	0	100
FEBRERO	63	341
COMPRADOR 1	19	69
COMPRADOR 2	1	67
COMPRADOR 3	41	67
COMPRADOR 4	2	69
COMPRADOR EVENTUAL	0	69
MARZO	44	609
COMPRADOR 1	14	120
COMPRADOR 2	0	125
COMPRADOR 3	13	123
COMPRADOR 4	17	118
COMPRADOR EVENTUAL	0	123
TOTAL GENERAL	168	1.441

Fuente: Autores

Según lo revisado de acuerdo al levantamiento de información, respecto a las órdenes de compra generadas dentro del primer trimestre de los años 2015 y 2016, se puede indentificar un incremento significativo en la cantidad de órdenes atendidas mensualmente, que representan un 758%. Durante el primer trimestre del año 2016 se generó un total de 1.441 órdenes de compra, mientras que el 2015, hasta el mes de marzo se tramitaron 168. Adicionalmente, se puede notar que durante el 2015, no existía un balance en cuanto a cantidad de solicitudes asignadas, por ejemplo, en el mes de enero mientras un comprador tenía a cargo 24 órdenes a procesar, a otro se le asignaron 5. Este tema fue corregido con la llegada del ERP SAP en la compañía, como se demuestra en el detalle del 2016.

Gráfico 1
Detalle comparativo de órdenes de compra generadas
2015 vs. 2016



Elaborado por: Autores

Como previamente se mencionó, uno de los efectos de la implementación del sistema ERP SAP en la compañía, ha sido la disminución en el tiempo que toma en proceso de gestión de las solicitudes de compras, pasando de 335 minutos, tiempo promedio por solicitud en el 2015, a 38 minutos en el 2016. De igual manera, tomando en consideración el incremento de volumen, se ha elaborado el siguiente detalle:

Cuadro 4
Comparación minutos utilizados comparativo
años 2015 – 2016

DETALLE	2015	2016
Minutos por órdenes de compra	335	38
Órdenes de Compra Tramitadas	168	1441
TOTAL	56.280	54.758

Elaborado por: Autores

El tiempo promedio de atención de cada orden de compra en el 2015 fue de 335 minutos, y las cantidad de órdenes gestionadas por los analistas durante el primer trimestre del mismo año fue de 168, obteniendo un promedio de 56.280 minutos invertidos por el personal del departamento de compras locales para la gestión de requerimientos. Mientras que en el año 2016, el total de minutos invertidos han sido menores con un total de 54.758.

El siguiente paso fue obtener los promedios porcentuales de descuentos obtenidos en las negociaciones realizadas en el periodo determinado para la investigación. Los ahorros son calculados en función de los descuentos obtenidos durante las rondas de negociación, y posteriormente son cruzados con los valores asignados como presupuesto. Es de importancia considerar, que tanto las negociaciones como los ahorros obtenidos, no necesariamente son tratados como solicitudes de compra dentro del mismo mes, sin embargo se registran para el control del área de compras,

con el fin contar con los soportes acerca de la optimización del presupuesto asignado y cumplimiento del plan de negocios. El detalle es el siguiente:

**Cuadro 5
Detalle de ahorros - descuentos/
negociaciones 2015**

DESCRIPCIÓN	CANT. NEGOCIACIONES	PROMEDIO DE DESCUENTOS
ENERO	27	8%
COMPRADOR 1	7	12%
COMPRADOR 2	13	10%
COMPRADOR 4	7	0%
FEBRERO	34	14%
COMPRADOR 1	12	23%
COMPRADOR 2	21	9%
COMPRADOR 4	1	0%
MARZO	45	12%
COMPRADOR 1	27	9%
COMPRADOR 2	7	18%
COMPRADOR 4	7	8%
COMPRADOR 3	4	38%
TOTAL	106	12%

Elaborado por: Autores

Durante el primer trimestre del 2015, con el sistema Peoplesoft implementado, el promedio total de ahorro en el área de compras fue de un 12%, con un total general de 106 negociaciones registradas por el personal del área. A continuación, el detalle correspondiente al primer trimestre del año 2016:

Cuadro 6
Detalle de ahorros – descuentos /
negociaciones 2016

DESCRIPCIÓN	CANT. NEGOCIACIONES	PROMEDIO DE DESCUENTOS OBTENIDOS
ENERO	35	12%
COMPRADOR 1	19	12%
COMPRADOR 2	8	9%
COMPRADOR 3	2	20%
COMPRADOR 4	6	8%
FEBRERO	25	19%
COMPRADOR 1	14	23%
COMPRADOR 2	7	13%
COMPRADOR 3	3	18%
COMPRADOR 4	1	22%
MARZO	41	13%
COMPRADOR 1	13	16%
COMPRADOR 2	23	14%
COMPRADOR 3	5	10%
TOTAL	202	15%

Elaborado por: Autores

En el 2016, ya con la implementación de SAP, se registraron 202 negociaciones en el equipo de compras locales, y se contó con un promedio total del 15% correspondiente al ahorro obtenido durante el primer trimestre del año en mención.

3. Conclusiones

Por medio del análisis comparativo de la información recopilada referente al flujo y gestión de trabajo realizado en los años 2015 y 2016 en el departamento de compras locales de la compañía, se pudo determinar cuáles son los principales efectos en la productividad y en la eficiencia de los procesos llevados a cabo por el personal de dicho departamento, a raíz de la implementación del sistema ERP SAP realizada en junio de 2015, en reemplazo del sistema Peoplesoft.

Para el análisis comparativo se consideraron los principales puntos:

1. Tiempo del proceso de compras locales
2. Tiempo en la atención de solicitudes de compras locales
3. Cantidad de ordenes de compra generadas
4. Promedio de ahorro logrado por medio de negociaciones.

Los resultados determinaron que, en el primer punto de estudio (Tiempo del proceso de compras locales, se logró una considerable disminución en el tiempo que toma procesar una solicitud de compra. Esto se logró mediante la eliminación de actividades que restan valor al proceso productivo.

De igual manera, se evidenció que en comparación al primer trimestre del año 2015, en el 2016 no hubo solicitudes vencidas, es decir, las mismas se tramitaron dentro de los 10 días reglamentados en la política organizacional, sin caer en retrasos. Esto se relaciona directamente con el punto anterior, ya que al eliminar tareas manuales operativas que se demostraron innecesarias, y por consecuencia, la mejora de los tiempos en el proceso de elaboración órdenes de compra, es posible para el personal del departamento poder optimizar recursos importantes y enfocarlos en función del cumplimiento de plazos y metas establecidas.

De acuerdo al análisis de cantidad de órdenes de compras generadas, si bien es cierto existe un aumento de volumen en comparación al primer trimestre del 2016, el mismo no ha afectado de una manera negativa al personal del departamento de compras. Se logró determinar que durante el primer trimestre del 2015, se invirtieron 56.280 minutos para la generación de 168 órdenes de compra, mientras que en el 2016, se generaron finalmente 1.441 órdenes invirtiendo 54.758 minutos.

Finalmente, se pudo determinar que mediante la implementación del sistema ERP SAP, la eficiencia en la gestión de compras locales se ha visto afectada de manera positiva. Por medio de la optimización de recursos importantes, se ha garantizado el cumplimiento de las metas en beneficio tanto para el área de compras locales como para todas áreas solicitantes, y de manera general para la misma organización.

BIBLIOGRAFÍA

Carr, N. (2005). *Las tecnologías de la información: ¿son realmente una ventaja competitiva?* Madrid: Empresa Activa.

Casanova, F. (2002). *Formación profesional, productividad y trabajo decente.* Montevideo.

Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos.* Mexico D.F.: Mc Graw Hill.

Davenport, T.H. (1998). *La empresa en el sistema empresarial.* Boston: Harvard Business Review.

Etzioni, A. (1965). *Organizaciones Modernas y tratados sobre organización.* Mexico: Uteha.

Framiñám, J.; Ruiz, R. (2003). Sistemas ERP (II): Ventajas e inconvenientes, Implantación y tendencias de futuro. *Revista Alta Dirección*, 518.

Gaxiola, J. (2002). *Empresas, Tecnología de Información para las PYME's (Pequeñas y Medianas).* IT.

Guzmán, I. (1994). *La ciencia de la administración: la dirección de los grupos humanos.* México, D. F.: Editorial Limusa.

- Holland, C.P. & Light, B. (1999). Factores de éxito para la implementación de un modelo ERP. Valencia: IEEE Softw.
- Ishikawa, K. (1988). *¿Qué es Control Total de la Calidad? - La modalidad japonesa*. Bogotá: Editorial Norma S.A.
- Juran, J. (1995). *Análisis y planeación de la calidad*. Madrid: Diaz de Santos.
Recuperado el 30 de Abril de 2016
- Koontz, H. (1974). *Administración, una perspectiva global*. Colombia: Graw Hill Interamericana, S.A.
- Markus, M. (2000). Aprendizaje desde experiencias con ERPs: Problemas y éxitos. *Journal of Information Technology*.
- McGaughey, R.E. (2009). *Sistemas de Información Estratégica*. Estados Unidos: IGI Global.

Anexo 1

Comparación del tiempo utilizado al desarrollar las actividades en el sistema Peoplesoft y el sistema SAP

N°	DETALLE ACTIVIDADES SISTEMA PEOPLESOFT (2015)	MINUTOS	DETALLE ACTIVIDADES SISTEMA SAP (2016)	MINUTOS
1	Necesidad de compra del área usuaria	-	Necesidad de compra del área usuaria	-
2	Requerimiento de compra al analista de compras	-	Requerimiento de compra al analista de compras	-
3	Ingreso de solicitud de compra en el sistema por parte del usuario del área requirente	-	Ingreso de solicitud de compra en el sistema por parte del usuario del área requirente	-
4	Contacto y negociación con proveedores	-	Contacto y negociación con proveedores	-
5	Primera ronda	-	Primera ronda	-
6	Ronda final de negociaciones	-	Definición del proveedor final	-
PROCESO OPERATIVO POR SOLICITUD/ ORDEN DE COMPRA				
7	Elaboración de cuadro comparativo de ofertas.	3 minutos	Elaboración de cuadro comparativo de ofertas.	3 minutos
8	Firma de supervisor	60- 120 min.	-	-
9	Firma de gerencia	60- 120 min.	-	-
10	Creación de orden de compra por parte del analista de compras locales	10 minutos	Creación de orden de compra por parte del analista de compras locales	5 minutos
11	Aprobación en el sistema del supervisor	60- 120 min.	Aprobación en el sistema del supervisor	30- 60 min. TAREAS PARALELAS
12	Aprobación en el sistema de gerencia	60- 120 min.	Aprobación en el sistema de gerencia	
13	Impresión de la orden de compra	2 minutos	-	-
14	Firma de la orden de compra por gerencia	60- 120 min.	-	-
15	Escaneo de orden de compra	2 minutos	-	-
16	Envío de orden de compra a proveedor	3 minutos	Envío automático de orden de compra a proveedor por medio de correo electrónico	-
17	Registro en bitácora de compras	2 minutos	Registro automático en el sistema	-
18	Coordinar entrega del bien y servicio	-	Seguimiento de entrega del bien o servicio	-
19	Recepción del bien y servicio	-	Recepción del bien y servicio	-
20	Confirmación de recepción en el sistema	-	Confirmación de recepción en el sistema	-
PROMEDIO DE MINUTOS PROCESO PEOPLESOFT 2015		335 min.	PROMEDIO DE MINUTOS PROCESO SAP 2016	38 min.

Variación %
2016- 2015

89%

030. TECNOLOGÍA EN LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS EMPRESAS PÚBLICAS DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO EN ECUADOR.

Autoras:

Ing. Cristina Isabel Reinoso, Mg.

ESPOCH – ECUADOR

cristinareinoso82@yahoo.es

Ing. Nelly Elizabeth Astudillo, Mg.

ESPOCH – ECUADOR

nellyelizabetha@yahoo.es

Ph.D. Zoe Luisa Rodríguez Cotilla

Universidad de la Habana

RESUMEN

El trabajo se enmarca en el aporte de la tecnología en la gestión de calidad, que hoy en día con la utilización de normas técnicas brinda muchas ventajas en las organizaciones, en Ecuador su aplicación constituye un cambio en el desarrollo de las empresas públicas y privadas que permite reducción de costos, posicionamiento en el mercado, brindar servicios competitivos, reconocimiento social y concordar con las disposiciones legales del país **Objetivo:** el artículo pretende fundamentar en forma teórica la injerencia de la tecnología en la gestión de calidad como un componente importante que conlleva al éxito de la empresa pública. **Método:** De manera principal se utiliza la revisión de bibliografía y relaciones teóricas para demostrar la importancia de la tecnología en la gestión de calidad. **Resultados.** Se exponen conceptos, principios, condiciones básicas y relaciones de la categoría analizada. **Conclusiones:** contribuye con información significativa para el personal directivo que refiere la aplicación de la tecnología en la gestión de calidad, para la identificación y solución de problemas, la planificación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad, en el éxito de las organizaciones.

ABSTRACT

Introduction: The work is part of the contribution of technology in quality management today with the use of technical standards provides many advantages in organizations in Ecuador its application constitutes a change in the development of public enterprises and private enabling cost reduction, market positioning, providing competitive services, social recognition and consistent with the laws of the country Objective: the article seeks to substantiate theoretically interference technology in quality management as an important component It leads to successful public company. Method: In primary way the literature review and theoretical relationships is

used to demonstrate the importance of technology in quality management. Results. concepts, principles, basic conditions and relations are exposed category analyzed. Conclusions: it contributes meaningful information for managers that refers to the application of technology in quality management for identifying and solving problems, quality planning, quality control and quality improvement, success organizations.

PALABRAS CLAVE

Ciencia, Tecnología, gestión de calidad, sociedad, empresa, procesos.

INTRODUCCIÓN

La tecnología en el Ecuador se desarrolla acompasadamente, especialmente en las Instituciones públicas que dependen de las asignaciones presupuestaria del gobierno central para inversión, con la descentralización de los gobiernos autónomos se puede planificar y lograr mínima inversión tecnológica a nivel local, conscientes de que es primordial implementarla como fuente de información en las organizaciones permite desarrollar los procesos en forma eficiente, la mayoría de las empresas han tomado conciencia de esto y se plantean como mejorarlos, con la finalidad de vencer obstáculos tales como: bajo rendimiento, poco enfoque al cliente, barreras departamentales, subprocesos inútiles debido a la falta de visión global del proceso, entre otros lo que les impide promover una cultura de eficiencia y efectividad organizacional.

Las Instituciones Públicas con visión estratégica incorporan en la gestión de procesos herramientas tecnológicas que apoyen el desarrollo de actividades en forma rápida y oportuna, con información confiable que ayude en la toma de decisiones, consiguiendo ventajas competitivas debido a la disminución de costes y el aumento de flexibilidad frente a los requerimientos de los clientes, que les permite alcanzar un servicio de calidad y reconocimiento social.

La gestión de calidad en las empresas públicas se basa en una estructura operacional de trabajo, documentada e integrada a los procedimientos técnicos gerenciales con la ayuda de la tecnología en todos sus ámbitos para guiar las acciones de los colaboradores y asegurar la satisfacción de los usuarios, de ahí que se reafirma que la tecnología tiene un gran impacto en el desarrollo empresarial. De manera particular en el Ecuador se está aplicando en la mayoría de empresas especialmente en las públicas normas de procedimientos enfocadas en el mejoramiento continuo, extendido a todas las actividades de gestión, se implementan mediante un sistema integrado que contribuye a prever y limitar los riesgos internos y externos, proporciona seguridad y a la consecución de los objetivos institucionales.

Ante este escenario el sector de servicios puede lograr el cumplimiento de metas, el control de la gestión y mejora continua de procesos, con la ayuda de la tecnología en todas las áreas de la empresa, y de esta manera alcanzar la efectividad de la

organización, es decir, brindar un servicio de calidad con costos bajos, que le otorgue posicionamiento en el mercado, competitividad y reconocimiento social.

El presente artículo constituye una contribución para dar solución a la problemática de la gestión en la empresa pública, con el aporte teórico como guía útil para el personal directivo y profesionales involucrados.

MÉTODO

Para este artículo se realizó una revisión bibliográfica y documental y fueron seleccionados aquellos documentos que orientan sobre la utilización de la tecnología en la gestión de calidad y su rol en las organizaciones. Los resultados se expresan fundamentalmente en forma narrativa

DESARROLLO

Para iniciar el estudio teórico que permitirá entender el impacto de la tecnología en la gestión de calidad en las empresas públicas, es necesario realizar una revisión de los conceptos involucrados.

Ciencia

La ciencia (del latín *scientia* 'conocimiento') es el conjunto ordenado de conocimientos estructurados sistemáticamente. La ciencia es el conocimiento que se obtiene mediante la observación de patrones regulares, de razonamientos y de experimentación en ámbitos específicos, a partir de los cuales se generan preguntas, se construyen hipótesis, se deducen principios y se elaboran leyes generales y sistemas organizados por medio de un método científico.¹ Es una forma de conciencia social que se construye históricamente como un sistema ordenado de conocimientos en forma de conceptos, juicios teóricos, hipótesis teóricas y leyes teóricas (6). La significación del conocimiento científico radica en el carácter general, universal, necesario y objetivo de su veracidad.²

Tecnología

Vicente Ortega (1989) define a la tecnología como el conjunto de conocimientos de orden práctico y científico que, articulados bajo una serie de procedimientos y métodos de rigor técnico, son aplicados para la obtención de bienes de utilidad práctica que puedan satisfacer las necesidades y deseos de los seres humanos.

Muy importante el aporte de Aquiles Gay y Miguel A.³ Ferreras que mencionan que la tecnología es conjunto ordenado de conocimientos, y los correspondientes

¹ Tomado, con añadidos, de la definición de ciencia del Diccionario de la Real Academia Española.

² Díaz Narváez VP. Metodología de la investigación científica y bioestadística para profesionales y estudiantes de Ciencias de la Salud. 2ª ed. Santiago de Chile: RiL Editores; 2009.

³ Y4 Aquiles Gay y Miguel A. Ferreras, señalan en su libro La Educación Tecnológica, Aportes para su implementación.

⁵ Wernes Rammert. 2001. Universidad Técnica de Berlín. Artículo "La Tecnología: sus formas y las diferencias de los medios, hacia una teoría social pragmática de la tecnificación".

procesos, que tienen como objetivo la producción de bienes y servicios, teniendo en cuenta la técnica, la ciencia y los aspectos económicos, sociales y culturales involucrados; el término se hace extensivo a los productos (si los hubiera) resultantes de esos procesos, los que deben responder a necesidades o deseos de la sociedad y como ambición contribuir a mejorar la calidad de vida⁴.

Para Werner Rammert⁵ La Tecnología se define usualmente como el conjunto de herramientas hechas por el hombre, como los medios eficientes para un fin, o como el conjunto de artefactos materiales. Pero la tecnología también contiene prácticas instrumentales, como la creación, fabricación y uso de los medios y las máquinas; incluye el conjunto material y no-material de hechos técnicos; está íntimamente conectada con las necesidades institucionalizadas y los fines previstos a los cuales las tecnologías sirven, cuando los autores incluyen un amplio rango de aspectos en sus perspectivas sobre la tecnología piensan a lo largo de líneas de una vieja y bien establecida tradición. Desde los tiempos de Aristóteles, la tecnología está constituida por cuatro elementos: materia, forma, fin y acción eficiente.

Ciencia y Tecnología

Uno de los tópicos en el debate actual sobre la ciencia y la tecnología consiste en determinar que tanto han servido para configurar a las sociedades modernas y transformar a las tradicionales. Los progresos científicos como también tecnológicos han modificado radicalmente la relación del hombre con la naturaleza y la interacción entre los seres vivos. Hoy en día la ciencia y la tecnología alcanzan los niveles más altos en la sociedad actual.

La ciencia y la tecnología no se pueden estudiar fuera del contexto social en el que se manifiestan. Entre la ciencia y la tecnología existe un claro estado de simbiosis; en otras palabras, conviven en beneficio mutuo. Aunque el efecto de ambas actuando conjuntamente es infinitamente superior a la suma de los efectos de cada una actuando por separado.

Cuando se habla de una revolución tecnológica, a menudo se hace referencia a los cambios, más o menos radicales, en la forma de vivir que comporta la utilización de nuevos artefactos tecnológicos.

Hace pocos años, dos noticias que, con toda lógica, ocuparon bastantes días las páginas de los diarios, nos hicieron pensar que las cosas son bien diferentes de lo que muchos, hace sólo unos cuantos años, podían incluso haber imaginado: en febrero de 1997 supimos de la clonación de un mamífero: la oveja Dolly; y, en mayo del mismo año, un ordenador, Deep Blue, ganó por primera vez un campeonato mundial de ajedrez.

Debería ser claro que la rueda fue un invento tecnológico anterior al descubrimiento de la teoría del rozamiento que justifica teóricamente su funcionamiento. Éste es un ejemplo evidente de cómo la tecnología puede preceder a la ciencia. Para acercarnos más a nuestros días, es también conocido que la máquina de vapor fue inventada y utilizada mucho antes que la ciencia termodinámica, que explica su funcionamiento.

En realidad, el ser humano siempre ha creado artefactos, a veces como aplicación de conocimientos científicos previos, pero, mucho más a menudo, simplemente en su actividad de homo faber que utiliza su ingenio para fabricar herramientas. Afortunadamente, una vez inventada la herramienta, el éxito de un artefacto (rueda o máquina de vapor) ha llevado a estudiar el porqué de su funcionamiento y a ampliar el campo del conocimiento teórico que es propio de la ciencia.

A pesar de todo, es necesario pensar que, en las postrimerías del siglo XX, también se da, el caso contrario: muchas veces la tecnología de punta ya no procede de artefactos sencillos como la rueda, sino de la aplicación de conceptos complejos y sofisticados de la ciencia (como pasa por ejemplo con la energía nuclear o el aprovechamiento del efecto túnel de la mecánica cuántica).

Por esto algunos especialistas hablan ya de unificar los dos campos, ciencia y tecnología, y denominarlos tecnociencia. Siguen así el ejemplo que dio el filósofo belga Bernard Hottois, quien formuló el término por primera vez allá por 1984.

Evaluación de tecnologías

Sí es el aspecto más práctico de la tecnociencia (la tecnología y sus artefactos) aquello que cambia nuestra vida cotidiana, es fácil comprender que resultará sumamente conveniente hacer estudios previos para anticipar el impacto que la utilización de un nuevo resultado tecnológico pueda aportar. El nombre habitual para este tipo de estudios es el de «evaluación de tecnologías». También es necesario recordar que el hecho mismo de evaluar tecnologías es bastante reciente, empezó durante los años setenta, y presenta no pocos problemas y dificultades.

Pensadores como *Neil Postman* han puesto de relieve el hecho de que, por ejemplo, nunca nadie analizó el impacto social y los efectos de una tecnología como la del automóvil, nacida a comienzos del siglo XX y hoy del todo omnipresente.

Como nos dice *Postman*, “a menudo actuamos de forma un poco inconsciente y demasiado optimista ante las nuevas posibilidades que nos ofrece la tecnociencia”, (*Postman*, 1994). Por ejemplo, el hecho de no haber evaluado seriamente las posibles consecuencias de la tecnología del automóvil en las primeras décadas de su existencia ha hecho que se acaben aceptando, incluso como un hecho completamente «normal», unas terribles cifras de mortalidad por causa de los desplazamientos en automóvil de fin de semana o del período de vacaciones.

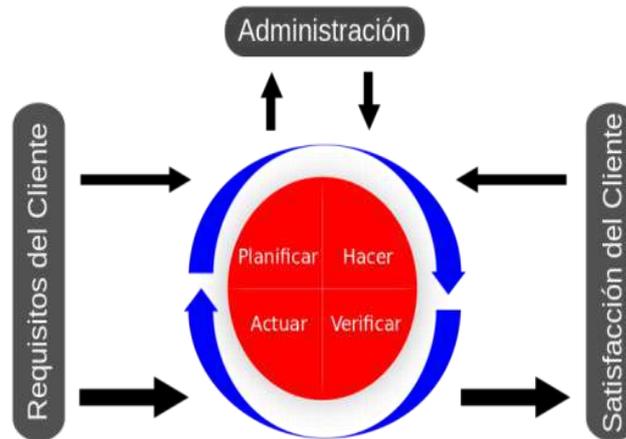
Ejemplo vivo de quienes creen en un determinismo tecnológico que se impone al determinismo social, elabora también una crítica mordaz y angustiosa contra la tiranía de las máquinas al final del siglo XX en su libro “, Tecnopoli, dónde se hace referencia explícita tanto a la informática como a la tecnología médica. De manera parecida, el gran peso que la ciencia y la tecnología (la tecnociencia en suma) tienen en la sociedad moderna ha desencadenado recientemente un alto interés por la responsabilidad en que incurren científicos e ingenieros con sus desarrollos tecnocientíficos. La ética de la ciencia (bioética, por ejemplo) y la de la actividad ingenieril forman ya un amplio campo de estudio y análisis que forma también parte del amplio marco de CTS (ciencia, tecnología y sociedad).

Gestión de Calidad

Para Edwards Deming la “Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente”. Es importante también el aporte de Joseph M. Juran que señala “La palabra calidad tiene múltiples significados. Dos de ellos son los más representativos: 1) La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto, 2) Calidad consiste en libertad después de las deficiencias”, estos conceptos se complementan con lo indicado por Kaoru Ishikawa: “De manera somera calidad significa calidad del producto. Más específico, calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc.” y Philip B. Crosby “Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad”.

Es importante también conocer los aportes de los grandes maestros llamados también Gurús de la Calidad, como la filosofía de William Edwards Deming (1900-1993)⁶, estadístico estadounidense, sentó una de las principales bases en lo referente al control estadístico de la calidad, en 1927 conoció al Dr. Shewhart, con el que trabajó estrechamente impartiendo una serie de cursos sobre el control estadístico del proceso en la Universidad de Stanford. En el verano de 1950 enseñó en el Japón la técnica del control estadístico del proceso y la filosofía de la administración para la calidad, ese mismo año, la Unión de Ciencia e Ingeniería Japonesa (UCIJ) instituyó el Premio Deming a la calidad y confiabilidad de productos y servicios. Basó su filosofía en los 14 principios que se basan en que la transformación es tarea de todos, es decir, involucrar a todos a cumplir con la calidad y sustenta su aporte con el denominado “CÍRCULO DE DEMING”

⁶ Calidad, Productividad y Competitividad: la salida de la crisis, W. Edwards Deming, Madrid, Ediciones Díaz de Santos, 1989



Circulo de Edwards Deming

Para Joseph M. Juran, ingeniero, abogado y asesor rumano, nacionalizado estadounidense que inició sus seminarios administrativos en Japón en 1954, recibió la Orden del Tesoro Sagrado, concedida por el Emperador de Japón, por el “desarrollo del control de calidad en Japón y el favorecimiento de la amistad entre los Estados Unidos y Japón”. Ha publicado once libros, entre los que destacan: “Manual de control de calidad de Juran”, “Juran y el liderazgo para la calidad”, y “Juran y la planificación para la calidad”, la calidad se sustenta en la trilogía que son los tres procesos necesarios para la administración de la calidad: 1) planificación de la calidad, 2) control de la calidad y 3) mejora de la calidad.

Otro de los forjadores de la gestión de calidad es sin duda Kaoru Ishikawa (1915-1989), fue un ingeniero, catedrático, consultor y autor japonés; presidente del Instituto Musashi de Tecnología de Tokio y presidente del representante japonés ante ISO. En Japón, obtuvo el premio Deming y el premio a la Normalización Industrial, y en los Estados Unidos el gran premio de la Sociedad Norteamericana de Control de Calidad (ASQC), sociedad que también le otorgó la medalla Shewhart por sus “sobresalientes contribuciones al desarrollo de la teoría, los principios, las técnicas y las actividades de control de calidad, así como a las actividades de normalización en la industria del Japón y otros países, para fortalecer la calidad y la productividad”.

Sus principales aportaciones han sido la configuración actual del diagrama causa-efecto, para efectuar análisis de causalidad, llamado en su honor diagrama de Ishikawa y la estructuración actual de los círculos de calidad tal como funcionan en Japón. Basa su filosofía en cinco puntos importantes: 1) primero la calidad, no a las utilidades de corto plazo, 2) orientación hacia el consumidor, 3) el proceso siguiente es el cliente, 4) respeto a la humanidad, 5) Administración interfuncional.

Contribución importante es la de Crosby, quien indica que el proceso de mejoramiento de calidad debe partir de un comportamiento de la alta dirección, y de

una filosofía de la que todas las personas de la organización comprendan sus propósitos.

En resumen, podemos decir que calidad es: Cumplir con los requerimientos que necesita el cliente con un mínimo de errores y defectos, por lo tanto la calidad es importante porque se enfoca en la satisfacción de necesidades del cliente, que conlleva a las organizaciones a buscar estrategias, implementar procesos y utilizar herramientas tecnológicas que coadyuven al fortalecimiento de la institución, buscando reducción de costos, generación de empleo, presencia y reconocimiento social y propende a alcanzar un grado de excelencia.

Gestión por Procesos

Las normas ISO 9000 son un conjunto de normas editadas y revisadas periódicamente por la Organización Internacional de Normalización (ISO, por sus siglas en inglés), representan el marco hacia la mejora del desempeño del Sistema de Gestión de Calidad de una organización. Se presentan ocho principios fundamentales, uno de ellos se refiere al enfoque por procesos, el cual plantea que un "resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso."⁷

Este enfoque propuesto en su aplicación debe basarse en el previo conocimiento del enfoque existente o tradicional y sobre este aspecto Penélope Acevedo Plantea: «el enfoque ya existente o tradicional se basa en la mejora individual de unidades, cargos, áreas, funciones, etc. "Añade que por su parte «el enfoque más moderno (o por procesos) se basa en localizar el esfuerzo en la mejora de un conjunto integrado de unidades, cargos, áreas, funciones de una manera integral." ⁸

Los procesos se forman a partir de una serie de etapas que siguen unas a otras para lograr una cierta transformación. Un proceso, por lo tanto, implica un período de tiempo en el que se desarrollan determinadas actividades. Técnico, por su parte, puede tratarse de un conjunto de conocimientos y normas que sirve como medio para llegar a una meta. Un proceso técnico, por lo tanto, está formado por los sucesivos pasos que se llevan a cabo en el marco de un proyecto técnico. Se conoce de esta manera a los esquemas, diagramas y datos que indican cómo se puede producir o modificar un bien o un servicio que sea útil para satisfacer alguna necesidad.

Los procesos técnicos contemplan diversas acciones que se realizan de manera secuencial para lograr una transformación. Pueden tratarse de procesos de fabricación, procesos de modificación, procesos de control o procesos de otro tipo, siempre con la finalidad ya mencionada.

⁷ INTE-ISO 9000:2000. Sistemas de gestión de la calidad. Conceptos y vocabulario. Rev. AENOR, Diciembre 2000; 15-40.

⁸ Acevedo P. Enfoque por Procesos, Un Principio de la Gestión de la Calidad visto desde la perspectiva de las normas ISO 9001:2000. Éxito Empresarial [Internet]. 2002 [citado 12 enero 2012]; Publicación No.3: [Aprox. 10 p.]. Disponible en: http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publications/pub3042002_1_1.pdf

Empresa Pública

Una institución, es un establecimiento, empresa o persona moral fundada con aspiraciones de permanencia cuyos intereses son independientes de los de las personas físicas que la integran, esta es la definición de institución pública, significa que es de todos y para todos y pagada por todos. Un ejemplo de ello, son los colegios públicos, institutos, escuelas infantiles, residencias, hospitales, ministerios, delegaciones, universidades. Se crean para el servicio público, para el fomento Cultural, Educativo, para beneficiar al pueblo principalmente en aspectos como el de la Salud, la Seguridad, la capacitación, la legalidad, el orden etc.

En el Ecuador las empresas públicas, tienen su origen con la promulgación de la Ley Orgánica de Empresas Públicas en agosto del año 2009⁹, que dice: “Las empresas públicas son entidades que pertenecen al Estado en los términos que establece la Constitución de la República, personas jurídicas de derecho público, con patrimonio propio, dotadas de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión. Estarán destinadas a la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y en general al desarrollo de actividades económicas que corresponden al Estado”.

Servicios Públicos

Considerando los términos antes mencionados y las normas legales y políticas sobre las cuales se desarrollan los modelos de gestión se procede a definir todos y cada uno de los servicios públicos domiciliarios, con el objetivo de establecer su concepto macro y poder profundizar en los servicios públicos domiciliarios de agua potable y alcantarillado, su metodología empresarial e impacto social.

“Servicio público domiciliario es la actividad organizada tendiente a satisfacer necesidades de interés general, en forma regular y continúa, sujeta a régimen especial, en cuanto a los servicios públicos domiciliarios son los servicios que reciben las personas en su domicilio. Sirven para satisfacer las necesidades básicas de bienestar y salubridad de la población, estos servicios pueden ser prestados por el estado o por particulares.”

“La prestación de estos servicios está bajo la regulación, control y vigilancia del estado, se debe regular las actividades monopólicas con el objeto de evitar abusos y proteger al usuario; racionalizar el régimen tarifario; garantizar la administración transparente y adecuada de los subsidios; ejercer vigilancia y control estatal para garantizar el respeto a las leyes y normas; asegurar la buena gestión de las empresas prestadoras de los servicios públicos e impedir las prácticas restrictivas a la libre competencia.” (Uribe, 2011)

Los servicios públicos domiciliarios tienen como objeto realizar una o varias de las

⁹ Asamblea Nacional del Ecuador. Oficio No. PCLF-FC-09-765. Quito, 27 de julio de 2009

actividades complementarias, se prestan a través de redes físicas o humanas, con puntos terminales en los domicilios de los usuarios. Los cuales se podrían clasificar en tres: 1) Servicios públicos domiciliarios de energía y gas, 2) Servicios públicos domiciliarios de telecomunicaciones, 3) Servicios públicos domiciliarios de saneamiento básico, el cual integra al servicio público de agua potable, alcantarillado, tratamiento de aguas residuales y aseo. Estos se definen de la siguiente manera:

Servicio público de tratamiento de aguas residuales: El tratamiento de aguas residuales consiste en una serie de procesos físicos, químicos y biológicos que tienen como fin eliminar los contaminantes en los procesos anteriormente mencionados presentes en el agua efluente del uso humano.

Servicio público domiciliario de Agua Potable: consiste en la distribución de agua apta para el consumo humano, lo cual incluye su conexión, medición, captación de agua, procesamiento, tratamiento, almacenamiento, conducción y transporte.

Servicio público domiciliario de Alcantarillado: Es la recolección de residuos líquidos y aguas lluvias, por medio de tuberías y conductos. Las actividades complementarias de transporte, tratamiento y disposición final de tales residuos hacen parte de este servicio.

Identificados todos y cada uno de los servicios públicos, su significado y alcance, el concepto básico se centra en la prestación de dicho servicio, quien o quienes pueden prestar con calidad, continuidad y cobertura los servicios públicos domiciliarios, por ende se presenta quien o quienes son los responsables de ofrecer esta difícil tarea, se define como competencia directa el Estado a través de las provincias y sus empresas en cada ciudad como responsables directos.

Es por ello que para satisfacer las necesidades sociales con calidad se aplica la tecnología, ya que al tener un registro mensual de las personas que cancelan puntualmente su consumo y evitar los cortes o datos incorrectos, se aplica la tecnología en el uso de programas de computación que ayudaran a llevar un precedente y que servirá para futuros estudios hídricos como por ejemplo el consumo de agua diario de cierto sectores de la ciudad de Riobamba.

Servicio y sociedad

Lo fundamental de la prestación de cualquier servicio público domiciliario, pero en especial el de agua potable y alcantarillado es acercarse a la realidad social, a las necesidades básicas, a su identidad como sociedad, que tomadas de la mano se genera una política de estado, con el propósito de cumplir con la estabilidad de cualquier sociedad, por ende la buena prestación del servicio de agua potable y alcantarillado es fundamental y esencial para cualquier grupo humano, el impacto

social en la prestación del servicio de agua potable y alcantarillado es inherente a la evolución de la sociedad, a la esencia de las instituciones, logrando equidad en todos sus aspectos.

El aspecto social va paralelo con el aspecto político e implementándolos a la prestación de los servicios públicos domiciliarios de agua potable y alcantarillado son el triángulo perfecto para la base de un buen concepto de gobernabilidad democrática. El aspecto social implementado a la buena prestación del servicio de agua potable y alcantarillado genera estabilidad socioeconómica, genera desarrollo, genera fortalecimiento institucionalidad, pero lo más importante es la baja de mortalidad en una sociedad, pues uno de los fines importantes de la actividad de cualquier estado, está el acceso al servicio público de agua potable y alcantarillado, que es fundamental para la vida humana.

“A nivel mundial, el 80% de las enfermedades infecciosas y parasitarias gastrointestinales y una tercera parte de las defunciones causadas por éstas se deben al uso y consumo de agua insalubre. La falta de higiene y la carencia o el mal funcionamiento de los servicios sanitarios son algunas de las razones por las que la diarrea continúa representando un importante problema de salud en países en desarrollo.” (Cirelli, 2009)

Entendiendo el servicio público domiciliario de agua potable y alcantarillado en todos y cada uno de sus aspectos, conociendo sus fortalezas y debilidades, hacen de éste servicio el más importante de una sociedad, logrando multiplicidad de conceptos, criterios, avanzando en satisfacción y evolución a una sociedad, originando dificultades, pero sobretodo desarrollando ventajas y desventajas en la aplicabilidad del servicio, es por ello que para la correcta evolución se deben presentar nuevos modelos de gestión con la aplicación correcta de los cuales se puedan intervenir.

Tecnología en la Gestión de las Empresas Públicas en Ecuador.

A través del tiempo la tecnología ha reducido las barreras para realizar negocios, incrementar ingresos, mejorar procesos e implementar nuevas herramientas dentro de las organizaciones y entendiendo conceptos de mejoramiento continuo y aplicabilidad, se definen nuevos modelos de gestión para mejoramiento de una empresa a través de información real, directa e idónea, logrando eficiencia y evolución empresarial.

Si tomamos como referencia el reporte del Foro Económico Mundial del año 2014 los países que invierten en tecnología incluye un número record de 148 economías que representan más del 98% del mundial PIB, entre los líderes de la región se mantienen Chile, Panamá, Costa Rica y Uruguay, países que, según el WEF, muestran buenos resultados, aunque “con algunas debilidades en sus sistemas globales de innovación, en términos de desarrollar cada vez más sus ecosistemas digitales”.

Rank	País	Valor	Rank 2013		Evolución	
			(de 142)	Valor 2013	valor	ranking
1	Finlandia	6.04	1	5.98	0.06	0
2	Singapur	5.97	2	5.96	0.01	0
3	Suecia	5.93	3	5.91	0.02	0
4	Países Bajos	5.79	4	5.81	-0.02	0
5	Noruega	5.7	5	5.66	0.04	0
7	Estados Unidos	5.61	9	5.57	0.04	2
17	Canadá	5.41	12	5.44	-0.03	5
Iberoamérica						
34	España	4.69	38	4.51	0.18	4
35	Chile	4.61	34	4.59	0.02	-1
41	Puerto Rico	4.54	36	4.55	-0.01	-5
43	Panamá	4.36	46	4.22	0.14	3
53	Costa Rica	4.25	53	4.15	0.1	0
55	Barbados	4.22	39	4.49	-0.27	-16
56	Uruguay	4.22	52	4.16	0.06	-4
63	Colombia	4.05	66	3.91	0.14	3
69	Brasil	3.98	60	3.97	0.01	-9
71	Trinidad y Tobago	3.97	72	3.87	0.1	1
79	México	3.89	63	3.93	-0.04	-16
82	Ecuador	3.85	91	3.58	0.27	9
86	Jamaica	3.77	85	3.74	0.03	-1
88	Guyana	3.77	100	3.45	0.32	12
90	Perú	3.73	103	3.39	0.34	13
93	República Dominicana	3.69	90	3.62	0.07	-3
98	El Salvador	3.63	93	3.53	0.1	-5
100	Argentina	3.53	99	3.47	0.06	-1
101	Guatemala	3.52	102	3.42	0.1	1
102	Paraguay	3.47	104	3.37	0.1	2
106	Venezuela	3.39	108	3.33	0.06	2
116	Honduras	3.24	109	3.32	-0.08	-7
120	Bolivia	3.21	119	3.01	0.2	-1
124	Nicaragua	3.08	125	2.93	0.15	1
143	Haití	2.52	141	2.58	-0.06	-2

El Top 10 de países en el NRI continúa dominado por países del norte de Europa, los tigres asiáticos y algunos países más avanzados de Europa Occidental. Lo que caracteriza a la mayoría de estas economías y que les ha permitido mantener su posición durante varios años es la disponibilidad de infraestructura digital, en conjunto con programas de innovación que fomentan su uso y explotación.

De acuerdo al reporte, estos países ubicados en los primeros lugares del índice y con la mejor calificación han reconocido el potencial de las TIC para embarcarse en una nueva revolución económica y social y, por lo tanto, han invertido sustancialmente en el desarrollo de su potencial digital.¹⁰

En el Ecuador la implementación tecnológica en las Instituciones Públicas cada vez es mayor, es así que la Secretaría Nacional de la Administración Pública cuenta con la Subsecretaría de Tecnologías de la Información, la misma que se constituye como el área de sistemas del gobierno. Se encarga de articular toda la tecnología que emplean las entidades gubernamentales, desde la implementación del sistema Quipux, recursos humanos, sistemas financieros con sistemas como esigef, compras públicas a través del portal se realizan a nivel nacional las transacciones de compras que abastecen a las instituciones públicas de bienes y servicios, la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo con el sistema SIPeIP, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social con el servicio de citas médicas y el sistema integrado para trámites de afiliados, entre otros. Todos los proyectos informáticos son evaluados por esta Subsecretaría, además de los equipos que se adquieran por parte del

¹⁰ Foro Económico Mundial del año 2014

gobierno central. El Servicio de Rentas Internas, el Banco Ecuatoriano de Seguridad Social, Ministerio del Interior, la Secretaría Nacional de Educación Superior.

La implementación de la tecnología en las empresas de agua potable y alcantarillado ya no es un lujo o una inversión sino una necesidad fundamental que permite estar a la vanguardia de los nuevos tiempos, con procesos competitivos tanto en el mercado nacional como internacional. Las razones para que en las empresas públicas de agua potable y alcantarillado, se trabaje con la red dependen mucho de lo que quiera conseguir. Se está buscando una mayor interacción con sus empleados y reducir costos de difusión de información además de muchas cosas más, seguramente lo ideal será una intranet; si lo que quiero es que me puedan conocer, mostrar mis productos y hacer ventas en línea, lo mejor será una página con una tienda virtual (que reúna catálogo, carro de compras y medios de pago) y así sucesivamente. Normalmente se arranca por lo más sencillo que es el correo electrónico que identifique mi empresa seguido del diseño del Web Site y poco a poco se comienza a crecer con las ventajas que da el protocolo de Internet, que brinda la posibilidad de llegar más fácil y de manera oportuna al usuario, con costos menores, en el menor tiempo posible el usuario pueda acceder de cualquier parte del mundo.

CONSIDERACIONES FINALES

La ciencia, tecnología y sociedad se desarrollan vertiginosamente y adquieren una especial intensidad a través de la Universidad que plasma ese cambio a través del conocimiento.

Los cambios tecnológicos son experimentos sociales que requieren proyección y control social. Sus actores requieren una mentalidad y una visión social que necesita ser educada y precisamente ese comportamiento es el que precisa que los profesionales que salen de las universidades puedan ser capaces de plasmar ese cambio social.

La influencia de la tecnología en la gestión de calidad de las Empresas Municipales de Agua Potable y Alcantarillado, se debe considerar que surge como resultado de la necesidad de informar a la ciudadanía del progreso de la institución en los servicios que brinda al usuario y mantener la comunicación interna entre empleados y trabajadores con las autoridades. Otro factor importante de incidencia de la tecnología es la utilización de innovaciones en la gestión administrativa como talento humano, en el área financiera, control de inventarios, sistema de automatización y recolección de datos, intercambio electrónico de datos (EDI), para mejorarlos procesos con sistemas como el SCADA que permite el control de consumos automáticamente y monitoreo de estaciones y centrales, ahorro de mano de obra, notificación inmediata de fallos, prevención de futuros fallos, almacenamiento de información estadística y estructurada de estaciones.

El impacto de la tecnología en las empresas públicas de agua potable en el Ecuador se puede sintetizar en:

Procesos vía online.

- El proceso administrativo de las empresas se realiza a través del enlace con instituciones gubernamentales, así la planificación, organización, dirección, control y ejecución se realizan mediante sistemas autorizados por el gobierno.
- Los fondos generados se procesan online
Las transferencias gubernamentales se realizan vía online.
El usuario tiene acceso a su cuenta y puede realizar transacciones de pago, reclamos y otros a través ella.
- Procesos de comercialización se realizan vía online.
En el portal de compras públicas se realiza la adquisición de bienes y servicios y se cancela mediante un sistema del Ministerio de Finanzas.
Los procesos internos se controlan vía online.
Ejecución y el control de actividades se realiza mediante el sistema quipux.

El intercambio electrónico de datos es un estándar en cualquier operación

Una de las aplicaciones empresariales más importantes de los últimos años ha sido el intercambio electrónico de datos (EDI), que ha sustituido los documentos en papel por enlaces de ordenadores en todas las transacciones entre empresas y proveedores, disminuye las tasas de error, acorta las esperas en días y ahorra dinero por costos de documento.

Punto de venta y pagos electrónicos son elementos de cualquier sistema de proceso electrónico de transacciones.

A medida que crece el número de empresas que gestionan su inventario en tiempo real, los pedidos y las expediciones son más pequeños y frecuentes. No es lógico gestionar los pagos semanalmente y por correo cuando las transacciones se pueden realizar al segundo, al igual que tampoco lo tiene que multiplicar el volumen de costoso papeleo para poder controlar el aumento de estas transacciones como distribución, difusión de productos y servicios, planificación, programación e información financiera. Reducir tiempo e inventario se ha convertido en un nuevo imperativo empresarial.

La tecnología de imagen es una necesidad operativa

Los documentos no suelen ser buenos para la organización: son caros, forman burocracias administrativas, necesitan espacio para su almacenamiento y multiplican el personal. La tecnología de imagen lee, almacena, desplaza y muestra electrónicamente cualquier forma de documento. Se trata del primer recurso de la tecnología de la información de gran accesibilidad que posibilita gestionar

electrónicamente cualquier documento. Permite disponer de todos los ficheros importantes en los despachos de quienes lo necesiten y en el momento requerido, sin tener que buscar en archivadores ni pedir copias a otro departamento.

Bibliografía

Cirelli, Alicia Fernandez. 2009. [www.cyted.agua.uba.ar](http://grupomontevideo.org/ndca/caaguas/wp-content/uploads/2012/03/CA-Aguas-ACTA-2009-octubre-27.pdf). [En línea] 27 de octubre de 2009. <http://grupomontevideo.org/ndca/caaguas/wp-content/uploads/2012/03/CA-Aguas-ACTA-2009-octubre-27.pdf>.

El tiempo com. Nullvalue. 2004. 2004.

EKoontz, Harold. *Administracion una prespectiv global*. 12ª Edicion. s.l. : Mc Graw Hill.

M., Lynda. *Corporate Information Strategy and Management*. 6ta. s.l. : Mc Graw Hill.

Postman. 1994. *Tecnopoli*. 1994.

Rojas, Gonzalez. 2010. "Importancia de la tecnología en las empresas en la contribucion de la Economia. [En línea] febrero de 2010. <http://www.eumed.net/ce/2010a/> .

Salud, Organizacion Panamericana de la. 2010. BVSDE:Municipios Saludables. [En línea] 01 de Enero de 2010. <http://www.bvsde.paho.org/sde/ops-sde/bvsde/e/revistas.php>.

Uribe, Eduardo. 2011. Consideraciones preliminares para la egionalizacion del servicio publico de acuaducto. Noviembre de 2011.

AHMED, Pervaiz K. e RAFIQ, Mohammed. Internal marketing issues and challenges. *European Journal of Marketing*, v. 9, n. 37, p. 1177-1186. 2003.

Colectivo de autores (GESOCYT - Grupo de Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología), bajo la dirección del Dr. Jorge Núñez Jover y la Dra. Laubel Pimentel: *Problemas Sociales de la Ciencia y la Tecnología*, Editorial "Félix Varela", La Habana, 1994.

Colectivo de autores (Coordinado por la Dra. Célida Valdés Menocal): *Problemas Sociales de la Ciencia y la Tecnología. Selección de Lecturas*, Editorial "Félix Varela", La Habana, 2004.

López Bombino, Luis R. y otros autores: *El saber ético de ayer a hoy*, Tomos I y II, Editorial "Félix Varela", La Habana, 2004 (Revisar los 3 artículos sobre Ética de la ciencia que aparecen en el 1er tomo, más el punto sobre Ciencia, moral y valores insertado en la Antología mínima de las ideas morales, del 2do tomo).

Núñez Jover, Jorge; Montalvo Arriete, Luis F.; Figaredo Curiel, Francisco (Compiladores): *Pensar ciencia, tecnología y sociedad*, Editorial "Félix Varela", La Habana, 2008.

BAK, Constance A. et al. Management by team. *Journal of Services Marketing*, v. 8, n. 1, p. 27-37. 1994.

Sitio WEB: www.oei.es

031. LA TECNOLOGÍA EN LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DEL ECUADOR.

Autoras:

Ing. Nelly Elizabeth Astudillo Ordóñez. Mg.

ESPOCH - ECUADOR

nellyelizabetha@yahoo.es

Ph.D Maritza Ortiz Torres

Universidad de la Habana – Cuba

maritza@fec.uh.cu

Ing. Cristina Isabel Reinoso A. Mg.

Cristinareinoso82@yahoo.es

ESPOCH-ECUADOR

RESUMEN

La influencia de la tecnología en el desarrollo de las instituciones públicas hace diez años tenía poca incidencia porque no existía el compromiso de autoridades para implementar políticas de cumplimiento obligatorio, sin embargo hoy es primordial que los directivos, como responsables estén inmersos en cada uno de los procesos de cambio, de tal forma que con una adecuada asesoría, las decisiones finales sean por consenso en busca de objetivos comunes, dentro del marco de la innovación tecnológica.

En la actualidad las Instituciones Públicas ponen especial interés en fomentar el compromiso y pertinencia con el desarrollo de la organización por lo que los procesos de gestión de talento humano se realizan con el apoyo de la tecnología a través del desarrollo y aplicación de herramientas informáticas lo que conlleva a los funcionario a brindar un servicio eficiente y eficaz al usuario durante los treientos sesenta y cinco días del año y de esta manera se optimizan los recursos del estado.

SUMMARY

The influence of technology in the development of public institutions ten years ago had little impact because there was no commitment of authorities to implement policies mandatory, but today it is essential that managers, as responsible are immersed in each of the processes of change, so that after appropriate counseling, final decisions are by

consensus in pursuit of common objectives within the framework of technological innovation.

Today public institutions put special interest in promoting the commitment and relevance to the development of the organization so that the processes of talent management are conducted with the support of technology through the development and application of tools that leads to the officer to provide an efficient and effective service to the user during the three hundred and sixty five days of the year and thus state resources are optimized.

PALABRAS CLAVE

Tecnología – gestión - talento humano – procesos - instituciones públicas

INTRODUCCIÓN

El mundo que conocíamos hace diez años, era radicalmente diferente al actual, pensemos por un momento en cómo los dispositivos y productos electrónicos que tenemos hoy, han cambiado la forma de trabajar e incluso de relacionarnos en el ámbito social.

Las instituciones, sean grandes o pequeñas, no escapan a la revolución y a la influencia de las nuevas tecnologías de desarrollo, sobre todo de la información y comunicación que representan en la sociedad actual un aporte significativo de apoyo a la gestión.

El Ecuador no ha sido la excepción, muchas innovaciones han llegado y en algunos casos no son utilizadas apropiadamente, o no son aprovechadas sino en una mínima parte de todo su potencial. La universidad juega un papel importante en el desarrollo de la tecnología a través de la generación de ciencia y su aporte significativo para las instituciones públicas a través de los convenios de cooperación que se desarrollan, vinculando sociedad, ciencia, tecnología y servicio.

En el país existen instituciones que han entendido claramente el rol de los medios tecnológicos en su estrategia de posicionamiento. Consecuencia de ello, es fácil advertir que especialmente las redes sociales ocupan ya un lugar importante en su plan de comunicación y sobre todo, son coherentes con otras variables y acciones.

Las instituciones gubernamentales con el fin de cumplir los objetivos planteados y alcanzar la excelencia en la gestión, promueven el fortalecimiento del talento humano a través de la capacitación para fomentar una cultura de compromiso de servicio a la sociedad y conjugan el trabajo con la tecnología que permite el desarrollo organizacional de manera eficiente.

I. ROL DE LA TECNOLOGÍA EN LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS.

Para iniciar el estudio teórico que permitirá entender la relación existente entre tecnología, sociedad y gestión del talento humano en las instituciones públicas, es necesario realizar una revisión de los conceptos involucrados.

Vicente Ortega (1989) define a la tecnología como el conjunto de conocimientos de orden práctico y científico que, articulados bajo una serie de procedimientos y métodos de rigor técnico, son aplicados para la obtención de bienes de utilidad práctica que puedan satisfacer las necesidades y deseos de los seres humanos.

Tecnología también se refiere a la disciplina científica enfocada en el estudio, la investigación, el desarrollo y la innovación de las técnicas y procedimientos, aparatos y herramientas que son empleados para la transformación de materias primas en objetos o bienes de utilidad práctica.

La tecnología se define usualmente como el conjunto de herramientas hechas por el hombre, como los medios eficientes para un fin, o como el conjunto de artefactos materiales. Pero la tecnología también contiene prácticas instrumentales, como la creación, fabricación y uso de los medios y las máquinas; incluye el conjunto material y no-material de hechos técnicos; está íntimamente conectada con las necesidades institucionalizadas y los fines previstos a los cuales las tecnologías sirven.¹ Los autores incluyen un amplio rango de aspectos en sus perspectivas sobre la tecnología, piensan a lo largo de líneas de una vieja y bien establecida tradición. Desde los tiempos de Aristóteles, la tecnología está constituida por cuatro elementos: el primero es la materia o el material con el que se elabora el hecho técnico; el segundo, es la forma o el contorno que se le da; el tercero es el fin o el uso para el cual es determinado; el cuarto es la acción eficiente que el hombre constructor de herramientas le proporciona.²

Para Aquiles Gay y Miguel A. Ferreras la Tecnología es conjunto ordenado de conocimientos, y los correspondientes procesos, que tienen como objetivo la producción de bienes y servicios, teniendo en cuenta la técnica, la ciencia y los aspectos económicos, sociales y culturales involucrados; el término se hace extensivo a los productos (si los hubiera) resultantes de esos procesos, los que deben responder a

¹ Para una perspectiva más amplia en relación con el concepto de tecnología ver Mitcham (1978) y Hannay/McGinn (1981); ver también Ropohl (1979: 31 f.) que restringe la definición de tecnología a los artefactos materiales, su producción humana y su propósito de uso.

² Muchos autores se han referido de diferentes maneras a este esquema en la esfera de la ética nicomaquea de Aristóteles, e.j. más implícitamente a Friedrich Dessauer 1956, cuando diferencia entre *naturgegebenen Bestände* (fuentes naturales o stock of nature), *Ideen* (ideas), *finale Gestaltung* (forma final o final shaping) y *Bearbeitung* (procesamiento o processing), más explícitamente Martin Heidegger en su *Question Concerning Technology*, 1962.

necesidades o deseos de la sociedad y como ambición contribuir a mejorar la calidad de vida³.

Johan Galtung escribe «Una forma ingenua de entender la tecnología sería considerarla meramente como cuestión de herramientas (equipos) y aptitudes y conocimientos (programas). Claro que estos componentes son importantes, pero constituyen la superficie de la tecnología, como la punta visible del iceberg. La tecnología también comprende una estructura conexa, e incluso una estructura profunda. Los conocimientos en que se basa constituyen una determinada estructura cognoscitiva, un marco mental, una cosmología social que actúa como un terreno fértil en el que pueden plantarse las semillas de determinados tipos de conocimientos para que crezcan y generen nuevos conocimientos. Para utilizar las herramientas hace falta una cierta estructura del comportamiento. Las herramientas no funcionan en un vacío, las hace el hombre y las utiliza el hombre y para que puedan funcionar requieren determinadas circunstancias sociales. Incluso una tecnología de la producción totalmente automatizada implica una estructura cognoscitiva y del comportamiento, es decir de distanciamiento del proceso de producción. Por lo general se tiene muy poca conciencia de estas estructuras que acompañan a las tecnologías [...] hay tendencia a reducir las tecnologías a técnicas»⁴

Tecnología es la totalidad de los medios empleados para proporcionar los objetos necesarios a la subsistencia y al bienestar humano⁵.

Tecnología: Reflexión filosófica sobre las técnicas, sus relaciones con las ciencias y las consecuencias políticas, económicas, sociales y morales de su desarrollo⁶.

La tecnología se ha introducido en todos los aspectos de la vida diaria, de tal forma que no existe, actualmente, espacio alguno libre de su influencia. La época actual, se podría calificar de tecnológica, ya que la mayoría de los seres humanos viven altamente influenciados por la tecnología, y en una interacción continua con la misma. La tecnología debe considerarse como la suma del saber y del trabajo del hombre, en su lucha por dominar el medio natural, y vencer todo aquello que le es adverso.

El valor que tiene la tecnología al servicio de la humanidad se lo advierte en todos los ámbitos de la ciencia que ofrece mejores condiciones de vida para la sociedad y que hace referencia a una amplia variedad de recursos, desarrollados a partir de la aplicación de la tecnología a nivel mundial.

³ Aquiles Gay y Miguel A. Ferreras, señalan en su libro *La Educación Tecnológica, Aportes para su implementación*.

⁴ Johan Galtung escribe, en un interesante estudio preparado para la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo), que lleva por título: *El desarrollo, el medio ambiente y la tecnología* (Naciones Unidas, Nueva York. 1979):

⁵ Webster's new collegiate dictionary; 1977.

⁶ Louis— Marie Morfaux, *Diccionario de ciencias humanas*.

En el área de servicios en las instituciones públicas la informática brinda la posibilidad de interactuar a través de redes o en internet con herramientas como la computadora, la telefonía móvil o cualquier otro dispositivo electrónico con capacidad de almacenar, procesar y transmitir información, esto ha causado una profunda revolución en la manera en que los seres humanos acceden a la información, la generan, la difunden y se comunican.

También es importante conocer la concepción de instituciones públicas. (Ramírez Cardona). Las instituciones públicas son creadas por el gobierno para prestar servicios públicos. Son aquellas entidades que pertenecen al Estado, tienen personalidad jurídica, patrimonio y régimen jurídico propios. Se crean mediante un decreto del Ejecutivo, para la realización de actividades mercantiles, industriales y cualquier otra actividad conforme a su denominación y forma jurídica.

En la literatura sobre empresa pública existe una amplia variedad de definiciones y acepciones. Por lo general tienden a señalar, en primer término, la propiedad parcial o total del capital por parte del Estado, en segundo, que esta participación está fundada en un fin específico.

Las instituciones públicas tienen características que las diferencian de las empresas privadas, en la siguiente figura se exponen las principales características de las instituciones públicas.

Conformación	• Organismos del Estado
Régimen Laboral	• Leyes de la función Pública
Medición de Resultados	• Eficiencia en el servicio
Relación entre Inversión y Resultados	• Grado de satisfacción de la sociedad
Mercado y Precio	• Buen servicio
Control	• Fiscal y social
Régimen Laboral	• Nombramiento y Control
Duración	• Mientras la ley lo autorice

FUENTE: Elaboración propia con aporte de Ramírez Cardona Carlos 2010

Siendo el talento humano el elemento esencial en el desarrollo de las Instituciones de servicios es necesario resaltar algunos conceptos de esta categoría.

Hoy en día se reconoce al conocimiento como talento o capital humano y esto es tan así, que algunas empresas a nivel mundial están incluyendo dentro de sus estados

financieros su capital intelectual. En este sentido Frappaolo y Koulopoulos (2001)⁷, plantean que la gestión del conocimiento incrementa la capacidad de respuesta y la innovación, a través de una combinación sinérgica de datos y capacidades de procesamiento de información mediante la creación e innovación por parte de los seres humanos.

El talento humano, definido por Balza (2010), como el conjunto de saberes y haceres de los individuos y grupos de trabajo en las organizaciones, pero también a sus actitudes, habilidades, convicciones, aptitudes, valores, motivaciones y expectativas respecto al sistema individuo, organización, trabajo y sociedad⁸.

Las organizaciones inteligentes tratan a sus miembros como socios y no como simple empleados, en este particular Chiavenato (2002)⁹, define a las personas como los proveedores de conocimientos, habilidades, y sobre todo, el más importante aporte de las organizaciones: la inteligencia, que permite tomar decisiones racionales e imprime significado y rumbo a los objetivos generales.

Es la disciplina que persigue la satisfacción de objetivos organizacionales contando para ello una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado. Si el elemento humano está dispuesto a proporcionar su esfuerzo, la organización marchará. De aquí a que toda organización debe prestar primordial atención a su personal. En consecuencia, el contexto en que se sitúa la gestión del talento humano está representado por las organizaciones y las personas, como lo refiere Chiavenato (2002)¹⁰, la gestión del talento humano depende de aspectos como la cultura de cada organización, la estructura organizacional adoptada, las características del contexto ambiental, la tecnología utilizada y los procesos internos.

El Profesor Rafael José Orellan en su artículo El Talento Humano como el principal activo de la organización menciona, “La gente se encarga de diseñar y producir los bienes y servicios, de controlar la calidad, de distribuir los productos, de asignar los recursos financieros, y de establecer los objetivos y estrategias para la organización. Sin gente eficiente es imposible que una organización logre sus objetivos”¹¹.

Idalberto Chiavenato define a la gestión del talento humano como el conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos de los cargos gerenciales relacionados con las personas o recursos, incluidos reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y

⁷ Frappaolo, C. y Koulopoulos, T. (2001). *Lo fundamental y lo más efectivo acerca de la gerencia del conocimiento*. México: McGRAW-HILL.

⁸ Balza, A. (2010). *Educación, investigación y aprendizaje: una herramienta desde el pensamiento complejo y transdisciplinario*. Guárico: APUNESR

⁹ Chiavenato, I. (2002). *Gestión del talento humano*. Bogotá: McGRAW-HILL

¹⁰ Idem

¹¹ Orellán Rafael José, Art. *EL Talento Humano como el Principal Activo de la Organización*

evaluación de desempeño¹².

Las autoras concuerdan con Desler Gary que afirma que la gestión del talento humano son las prácticas y políticas necesarias para mejorar los asuntos que tienen que ver con las relaciones humanas del trabajo administrativo; en específico se trata de reclutar, evaluar, capacitar, remunerar y ofrecer un ambiente seguro y equitativo para los empleados de la compañía¹³. Un criterio enfocado a la utilización de las personas como medios para lograr los objetivos institucionales es el de Mondy, R Wayne que afirma que el talento humano es un recurso de la organización¹⁴.

Para comprender el concepto de gestión de talento humano se hace necesario conocer los conceptos de administración, gestión, tipos de gestión. Administración.- “Es la ciencia social o tecnológica Social y técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, el conocimiento, etc.) de la organización con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, dependiendo esto de los fines perseguidos por la organización”. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Administración>, 2012).

La Gestión.- “Hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. (<http://definicion.de/gestion/>, 2012). Por lo tanto, se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto, siendo también la dirección o administración de una compañía o de un negocio.

Además, la gestión no posee fórmulas secretas ni requiere de habilidades extraordinarias, pues su principal punto de apoyo está en la capacidad de hacer y concentrar el esfuerzo en un espacio y tiempo a través del cual se logran los mejores resultados. Importante es subrayar que la gestión, que tiene como objetivo primordial el conseguir aumentar los resultados óptimos de una industria o compañía, depende fundamentalmente de cuatro pilares básicos gracias a los cuales puede conseguir que se cumplan las metas marcadas.

En este sentido, el primero de los citados puntales es lo que se reconoce como estrategia. Es decir, el conjunto de líneas y acciones que se deben llevar a cabo, teniendo en cuenta factores como el mercado o el consumidor, para consolidar los objetivos y hacerlos efectivos. En la siguiente figura se sintetizan los tipos de gestión:

¹² Chiavenato Idalberto 2009

¹³ Desler Gary 2006

¹⁴ Mondy, R Wayne 2005



Es preciso desarrollar el concepto de gestión del talento humano, toda vez que es la variable de estudio que se está relacionada con la categoría tecnología.

Para Chiavenato, la Gestión del Talento Humano es un enfoque estratégico de dirección cuyo objetivo es obtener la máxima creación de valor para la organización, a través de un conjunto de acciones dirigidas a disponer en todo momento del nivel de conocimientos, capacidades y habilidades en la obtención de los resultados necesarios para ser competitivo en el entorno actual y futuro"¹⁵.

"La gestión del talento humano es la responsable de la dimensión humana en la organización, esto incluye:

- Contratar personas que cumplan con las competencias necesarias para ejercer un cargo.
- Capacitar a los empleados.
- Proporcionar los mecanismos y ambientes necesarios que propicien la motivación y la productividad en la organización". (Formales, 2011).

Las autoras concuerdan con Idalberto Chiavenato en que la gestión del talento humano efectiva es aquella que considera la efectividad de la organización integrando a los colaboradores con los objetivos y planes de la empresa.

Como un aporte propio se puede mencionar que la gestión del talento humano es el área que construye talentos por medio de un conjunto integrado de procesos, normas, reglas y estrategias y que cuida al capital humano de las organizaciones, dado que es el elemento fundamental de su capital intelectual y la base de su éxito. La gestión del Talento Humano consiste en la planeación, organización, desarrollo y coordinación, así

¹⁵ Idalberto Chiavenato 2002. *La Gestión del Talento Humano*

como también el control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficiente del personal, a la vez que constituye el medio que permite a las personas que colaboran en ella alcanzar los objetivos individuales relacionados directa o indirectamente con el trabajo.

Es imperioso entonces mencionar los elementos de la gestión del talento humano que se describen en la siguiente tabla.

Elementos de Gestión del Talento Humano

ELEMENTO	DESCRIPCIÓN
Talento Humano como recurso de la competitividad	Actualmente se está conformando un nuevo modelo de sociedad que muchos autores califican de “sociedad del conocimiento” o “era de la Información”, que ha conducido a las organizaciones a buscar nuevos modos de gestión en los que factores como el aprendizaje continuo, la innovación y la creatividad se convierten en elementos decisivos y críticos para lograr organizaciones más eficientes y competitivas.
Enfoque sistémico o integrador	Los enfoques sistémico, multidisciplinario, participativo, proactivo y de proceso, son esenciales en la gestión del talento humano. Por ello es imprescindible adoptar un sistema de GTH reflejado por un modelo consecuente con los objetivos organizacionales.
Coherencia entre gestión de talento humano y estrategia organizacional	La coherencia entre gestión de talento humano con la cultura o filosofía empresarial son las interacciones en la aplicación de políticas de GTH entre las unidades empresariales, considerando las interacciones con todas las otras áreas funcionales.

Fuente: Elaboración propia a partir de Cuesta Santos 2011

Desde una simple concepción que la describe como la capacidad para desempeñar una serie de tareas en un empleo definido; la competencia laboral ha sido quizá uno de los conceptos que mayores análisis conceptuales ha suscitado.

La aplicación en la gestión del talento humano, en aspectos como la formación, el desarrollo y capacitación laboral, pone el concepto al frente de variadas denominaciones; se tiene así la formación por competencias, la selección por competencias, la evaluación de competencias, la compensación por competencias.

En América Latina, se ha desarrollado ampliamente la capacidad institucional en la

oferta de formación para el trabajo. Prácticamente todos los países de la región tienen una Institución dedicada por Ley a la formación y desarrollo del Talento Humano (Jiménez, Alfonso. 2000).

Es en este escenario en el que se acogió en los últimos cinco años el conjunto de promesas renovadoras implícitas en el concepto de trabajo competente el cual además, tuvo una influencia decisiva en la modernización y ajuste de los, muchas veces, atrasados programas de formación.

La relación los elementos tecnología, sociedad y talento humano es innegable en el desarrollo de las naciones, sobre la base de las conceptualizaciones enunciadas anteriormente es menester manifestar que la tecnología juega un papel importante en la gestión del talento humano en las instituciones públicas, que empieza con la tecnología de la comunicación para los procesos de reclutamiento, selección, formación, control y evaluación, la sociedad se beneficia de los servicios y los productos que el personal calificado de una institución le ofrece.

Por lo tanto se podría mencionar que la innovación es una actividad marcadamente intensiva en capital humano. Por tanto el nivel de conocimientos (formación) de las personas determinará en gran medida la cantidad y calidad del servicio o producto;

Por otra parte, el talento humano influye y determina el desarrollo de los sistemas institucionales. Así la educación de las personas influye necesariamente en la actitud de la sociedad ante la estimulación de la actividad innovadora, por ejemplo, el desarrollo y respeto de los derechos de propiedad intelectual e industrial.

II LA TECNOLOGÍA EN LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS DEL ECUADOR.

Tecnología en las Instituciones públicas del Ecuador

Como una iniciativa gubernamental con la cual el Estado pretendía generar una plataforma que conjugara la infraestructura, talento humano, equipamiento, incentivo tanto administrativo como financiero y el beneficio para la sociedad, es como se erigió la recién inaugurada universidad de investigación de tecnología experimental Yachay, ubicada en la ciudad del conocimiento (Ecuador), área planificada para la innovación tecnológica y negocios intensivos en conocimiento, donde se combinan las mejores ideas, talento humano e infraestructura de punta, que generan las aplicaciones científicas de nivel mundial necesarias para alcanzar el buen vivir.

En Ecuador, cada vez más entidades públicas ofrecen sus servicios en línea. Es decir, dan atención al público a través de sus portales, trecientas dieciocho instituciones ofrecen estos servicios, según recoge el informe del Semanario de Economía y Negocios Líderes.

Entre ellos están el Servicio de Rentas Internas (SRI), el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (Biess), el Ministerio del Interior, la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (Senescyt), el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, el Ministerio de Educación, etc. Según el Semanario, tres razones explican ese dinamismo en el servicio que, en momentos, es personalizado: la mayor inclusión de Internet en el país, que en la actualidad supera el 30%, cuando hace cinco años bordeaba el 10%. Hoy, tres de cada 10 ecuatorianos acceden a Internet.

La inversión efectuada en el sector público para habilitar las plataformas, que en ciertas instituciones, como el Consejo de la Judicatura, alcanzan los USD 20 millones. Allí, según Mauricio Domínguez, su director de Comunicación, la inversión se justifica en el desarrollo e implementación, entre otros proyectos, de la plataforma tecnológica Justicia 2.0, un sistema informático que incluye el archivo en audio y video de los procesos judiciales. El SRI invirtió una cantidad similar en su plataforma para que los usuarios realicen sus declaraciones en línea.

La razón que motiva a las entidades a realizar servicios en línea engloba a las campañas de educación al usuario, según afirmaron los analistas consultados por Líderes. De ahí que, en la Red, el usuario puede pagar impuestos, obtener créditos, efectuar operaciones de comercio exterior, revisar información académica, etc. A pesar de ello, los portales públicos aún no están entre los más visitados en el país, un portal especializado en medir el tráfico que tienen los sitios a escala mundial.

En Ecuador, la página con más visitas es Facebook, seguida de Google y YouTube. El portal público mejor ubicado es el del IESS, en el puesto 32; el del SRI es el número 40; el del Banco del IESS es el 68. Las personas aún muestran temor al ingresar sus datos en la Red. En ese sentido, la seguridad en los servicios en línea involucra al personal de las instituciones, las entidades de soporte, los proveedores de Internet y también a los usuarios externos. (Diario el Comercio 2014).

El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Coordinación de Conocimiento y Talento Humano con la finalidad de cumplir el objetivo estratégico: incrementar el fortalecimiento a la gestión de las entidades públicas, para el mejoramiento en la provisión de servicios de calidad con calidez, cobertura y pertinencia cultural y/o territorial, favorece la implementación tecnológica en la administración pública; de esta forma se logra un acercamiento con el usuario las 24 horas del día durante todo el año,

dado que la tecnología permite a la administración la simplificación de trámites con lo cual son innumerables las prestaciones que en este sentido benefician al usuario.

Para alcanzar la excelencia en la gestión y cumplir los objetivos institucionales es indispensable el fortalecimiento del talento humano y promover la participación directa en el desarrollo organizacional a través de la aplicación de modelos de gestión que coadyuven a la eficiencia en la actividad institucional, fortalecidos con la capacitación en utilización de tecnología administrativa, financiera, de salud entre otras.

Tecnología en los procesos de gestión del Talento Humano en el Ecuador.

La gestión del talento humano en las instituciones públicas con la ayuda de la tecnología avanza a pasos agigantados, la planificación, reclutamiento, selección, desempeño, capacitación con programas asistidos por computador, incluye las TICs en su desarrollo, lo que significa un ahorro de recursos en términos monetarios, de tiempo de horas-trabajador, invertido en la revisión de currículos, que sigue siendo la carta de presentación de los aspirantes a un puesto. Alastruey señala “con internet, este documento personal adquiere vida propia y se convierte en un elemento más vivo que nunca”¹⁶.

El futuro supone importantes transformaciones en las instituciones y la inversión se verá reflejada especialmente en la ejecución de procesos transparentes con el uso de plataformas a las cuales tiene acceso todo el mundo y que permiten la innovación y colaboración de los funcionarios de las unidades de talento humano.

El gobierno además genera programas como Semilleros de Talento Humano que es una propuesta de formación que generará talento humano pre-calificado en habilidades y conocimientos propios del sector público ecuatoriano con alta posibilidad de iniciar una carrera en las Unidades Administrativas de Talento Humano. Este proyecto ofrece oportunidades de capacitación a los estudiantes del último año a concluir su carrera con formación académica y práctica.

Tecnología y calidad de las instituciones públicas del Ecuador.

En el Ecuador, las organizaciones se han visto involucradas en el cambio tecnológico y las exigencias competitivas en cuanto a la calidad en los procesos operativos, regulados bajo normas estandarizadas (ISO), (OHSAS), se hace por tanto, necesario que el rol del departamento de talento humano, sea fundamental en la clasificación y selección del personal, que le permita a la empresa ser competitiva en condiciones de desarrollo permanente.

¹⁶ Alastruey, 2009, p.24

Durante siglos predominó el criterio, ampliamente difundido, de que las ciencias y las personas dedicadas a su ejercicio se conectaban relativamente poco con las cuestiones propias de la vida cotidiana. Hoy, se reconoce que esa esfera de la actividad humana, está estrechamente vinculada al desarrollo de la tecnología y el interés por el saber ha tenido como estímulo principal la búsqueda de soluciones a problemas de todo tipo a los que el hombre ha debido enfrentarse en el camino de su vinculación con la naturaleza y consigo mismo. El desarrollo de las ciencias constituye uno de los principales resultados y un medio fundamental del desarrollo humano.

En la última década se hace evidente el impacto del desarrollo científico sobre la generación de las tecnologías y su sentido humanista y el valor económico del conocimiento.

Como señalan Mowery y Rosenberg, "... en el siglo XX, la innovación se volvió demasiado importante para quedar a merced de los caprichos del mercado y los ardides del inventor individual ... A un grado mucho mayor del que somos conscientes, la ciencia se ha convertido en un sirviente de la tecnología industrial en las sociedades industrializadas"¹⁷

De esta forma, los propósitos profundamente humanistas y espontáneos que inspiraron, en términos generales, el desarrollo del pensamiento científico desde sus inicios quedaron "atrapados en las redes" de una necesaria e inevitable conversión de los conocimientos científicos en tecnologías, las cuales han proliferado de un modo extraordinario en todos los ámbitos de la actividad humana, en particular, a lo largo del pasado siglo. Tal desarrollo de las tecnologías, desde su nacimiento, se ha orientado hacia el mercado como fin determinante y último.

En este sentido resultan altamente significativas las afirmaciones contenidas en el Informe sobre Desarrollo Humano 2001, del PNUD, cuando se señala: "La tecnología se crea en respuesta a las presiones del mercado y no de las necesidades de los pobres, que tienen escaso poder de compra. Las actividades de investigación y desarrollo, el personal y las finanzas están concentrados en los países ricos, bajo la conducción de empresas transnacionales y a la zaga de la demanda del mercado mundial, dominado por consumidores de altos ingresos"¹⁸.

Las instituciones públicas en Ecuador invierten cada día más en tecnología que les permite mejorar sus servicios y productos, en cuanto a los servicios cada día es más imperiosa la necesidad de fortalecer el talento humano con capacitación para que los usuarios satisfagan sus requerimientos a través del servicio de calidad, en lo que se

¹⁷ Mowery y Rosenberg 1992

¹⁸ PNUD 2001. Informe sobre Desarrollo Humano

refiere a los productos, la tecnología permite elaborar artículos y maquinaria bajo normas internacionales de producción y de esta manera ofrecer a la sociedad calidad.

CONSIDERACIONES FINALES.

El desarrollo tecnológico experimenta cambios acelerados que día a día se apoderan de las actividades de todos los seres humanos, por lo que la sociedad y en especial las instituciones requieren aunar esfuerzos para incluir en sus procesos la tecnología para desarrollar sus actividades y cumplir la misión en forma eficiente.

En las instituciones públicas, la influencia de la tecnología está considerada en los niveles de organización directivo, ejecutivo y operativo, así tenemos: los directivos se valen de ésta en la comunicación; el nivel ejecutivo se robustece en el área administrativa y técnica y el nivel operativo se considera afortunado porque la tecnología tanto de comunicación como de maquinaria es imprescindible en las actividades diarias. Lo que implica que la comunicación se sustenta en la recolección de datos que se convierte en información y que estos respondan a los requerimientos de la sociedad.

En Ecuador se aprecia, en los últimos años, un intento del Gobierno en el fomento del uso de las tecnologías en las instituciones públicas con el objetivo de elevar los niveles de servicios que se brindan, por lo que se hace necesario formar al personal encargado de brindar dichos servicios en esta temática.

BIBLIOGRAFÍA

(<http://definicion.de/gestion/>,2.(2012).(<http://definicion.de/gestion/>, 2012). Obtenido de (<http://definicion.de/gestion/>, 2012).: (<http://definicion.de/gestion/>, 2012).

Balza, A. (2010). *Educación, investigación y aprendizaje una herramienta desde el pensamiento complejo y trasndisciplinario*. Guarico APUESR.

Censos, I. N. (2010). *Normativa legal*. Quito - Ecuador: INEC.

Daniel, A. (Marzo 2003). *Papeles del CEIC No. 52*.

Ecuador, C. N. (2008). *Constitución de la República del Ecuador Art. 228*. Quito: Registro Oficial.

Fidel, C. D.-B. (2004). *Ciencia, Tecnología y Sociedad, hacia un desarrollo sostenible e al era de la globalización*. La Habana: Científico - Técnica.

Frappaolo, , C., & Koulopoulos, T. (2001). *Lo fundamental y lo más efectivo acerca de la gerencia del conocimiento*. México: McGrawhill.

Galtung, J. (1979). Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo),. *El desarrollo, el medio ambiente y la tecnología*. Nueva York.

Gay , A., & Ferreras, M. (s.f.). *La Educación Tecnológica, Aportes para su implementación*.

Idalberto, C. (2009). Gestión del Talento Humano. En C. Idalberto, *Gestión del Talento Humano* (pág. 42).

Idalberto, C. (s.f.). Introducción a la Teoría General de la Administración. En C. Idalberto, *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Quinta Edición (págs. 225 - 231).

James Stoner Edward, F. D. (s.f.). *Administración Sexta Edición* Pág. 11.

Jimenez, A. (2000).

La Gestión por competencias. Psicología del Trabajo y Gestión de Recursos Humanos. (1997). Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Louis. (s.f.). *Diccionario de ciencias humanas*.

Menoscal), C. d. (2004). *Problemas Sociales de la Ciencia y la Tecnología*. La Habana: Felix Varela.

Núñez Jover, J. (1999). *La ciencia y la tecnología como procesos sociales*. La Habana: Felix Varela.

Núñez Jover, J. (2008). *Pensar, ciencia, tecnología y sociedad*. La Habana: Felix Varela.

Ortega, V. y. (1999). *Ingeniería, Ciencia y Tecnología*. La habana: Felix Varela.

Ramirez Cardona, C. (s.f.). *Fundamentos de la Administración*. Santa Fe, Bogotá: Ecoe.

Riobamba, G. A. (2007). *Ordenanza Municipal*. Riobamba.

Tecnología), C. d. (1999). *Tecnología y Sociedad*. La Habana: Felix Varela.

Tonnies, F. A.(Marzo 2010). *Los conceptos de "comunidad"y "sociedad"*. Guatemala.

Wehrich, H. K. (Décima edición). *Administración de una perspectiva global*. pág. 2.

032. EMPRENDIMIENTO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL-CASO PACARI.

Autores:

Mgs. Pablo Ricardo San Andrés Reyes, Ing.¹

Docente en la Universidad Ecotec
psanandres@ecotec.edu.ec

MSc. Nelly Sayenka Vergara, Ing. ²

Docente de la Universidad de Guayaquil
nellyvergarad@gmail.com

Resumen

Muchos de los emprendimientos que se desarrollan en el mercado ecuatoriano tienden a enfocarse en la rentabilidad del negocio antes que innovar en productos y servicios que beneficien a los consumidores. Un punto olvidado al momento de hacer propuestas de nuevas ideas de negocios es la responsabilidad social, entendida como una conducta prudente y cuidadosa de los efectos colaterales con la sociedad y el medio ambiente, que promueve atenuar los efectos negativos en todas las fases de su cadena productiva.

Los emprendimientos nacen por respuesta a una necesidad, ya sea por una crisis económica que esté atravesando el país, por una situación en particular que le suceda a un individuo. Por otro lado, también existe el emprendimiento por oportunidad, que es cuando una persona analiza el mercado y descubre una idea potencial para ser desarrollada como un emprendimiento innovador. Según Joseph Schumpeter, el emprendedor es “el fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas, persona con dotes de liderazgo, y con un talento especial para identificar el mejor modo de actuar” (Carrasco, I. 2008)

Los negocios tienen diferentes estrategias de crecimiento para poder incrementar su participación en el mercado, pero es fundamental analizar correctamente las diferentes oportunidades que se presentan tanto a nivel nacional como internacional. Además, la creación de nuevos productos es más interesante si consideran como componente un valor agregado y una marca bien posicionada en el mercado.

El caso ecuatoriano que se ha tomado como objeto de estudio por responder de manera contundente como un claro ejemplo de un emprendimiento que detectó una oportunidad de mercado, creando su propio producto y marca, haciendo énfasis en

¹ Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe y Magíster en Economía y Finanzas en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG). Catedrático a tiempo completo en la Universidad Ecotec

² Ingeniera Comercial especializada en Finanzas y Magíster en Economía y Finanzas en la Universidad de Guayaquil. Catedrática en la Universidad de Guayaquil en la Facultad de Economía.

la responsabilidad social, innovando como no se lo había hecho antes en el Ecuador, es la empresa PACARI, cuyo nombre significa naturaleza en Quechua.

Palabras claves: Desarrollo de empresa, mercados, productos y marcas

Introducción.

Emprender con éxito es un reto para el empresario ecuatoriano, ya que la idea de un negocio debe de tener un valor agregado para poder captar participación de nuevos clientes en el mercado o de los competidores. Es el caso de la empresa Pacari que para incrementar sus ventas desarrolló cualidades distintivas a la de los demás. En este artículo se estudiará cuáles son los factores de éxito que la posicionaron en el mercado, en países del primer mundo como la Unión Europea, Italia y Estados Unidos, recibiendo premios internacionales y actualmente se encuentra en amplia perspectiva de crecimiento.

La metodología aplicada es el estudio de casos y etnográfica. Se implementó el diseño no experimental de tipo transversal/ transeccional, cuyo enfoque es correlacional/causal.

Es importante también conocer los diferentes tipos de modelos de negocios que existen en el mercado, con el fin de poder identificar correctamente la estructura lógica de la propuesta de Pacari, donde se evidencia la transformación de una idea en una oportunidad. Antes de elegir un modelo de negocios es fundamental tomar en cuenta las necesidades del emprendimiento o el propósito en la cual la empresa desea comprobar la factibilidad de un crecimiento ya sea por concentración, integración horizontal, diversificación no relacionada, u otro tipo de proyectos, ya que una distribución de aspectos, ideas y factores puede ser óptimo para un negocio determinado, pero no para todos los que se manejan en un espacio geográfico.

Los modelos de negocios se distinguen entre si debido al propósito principal del emprendimiento, ya que describe el funcionamiento de un negocio nuevo o existente en el mercado. Además, analiza el valor agregado que diferencia a la de los competidores potenciales. A través de estas propuestas, se busca también motivar a los ángeles inversores u otras fuentes de financiamiento. La cantidad de variables que se analizan dependen del target objetivo en la cual se va a transmitir el modelo y el grado de estructuración está en función de dicha cuantificación, por ende, mientras la estructura sea más grande, es debido al número de variables que el modelo está analizando. Por último, el énfasis que se desea incorporar está compuesto por dos clasificaciones, los modelos que enfatizan narración y en números (Washington, J. & Rumiany, D., 2005).

El primer modelo describe la transformación de una idea en una oportunidad, en la cual muestra el valor agregado de un producto o servicio, los clientes potenciales y los principales beneficios que tendrán cada uno de ellos para impulsar el negocio al éxito. El propósito de este modelo es incentivar a los posibles consumidores a incrementar la cantidad demandada de la empresa. Es importante recalcar que un

modelo de negocios es una hipótesis para que el negocio sea rentable, más no una fórmula para asegurar el éxito del mismo. Se considera como una historia donde se relata la forma en la cual el negocio generará rentabilidad a través del grado de interés que existe en el mercado.

Un ejemplo es el siguiente: “Somos un grupo de profesionales del management, de las ciencias de la educación, y expertos en las tecnologías de la información. Apuntamos a crear una solución de e-learning para pequeñas y medianas empresas, quienes, por su volumen de negocios, no tienen acceso a programas formales de capacitación. De esta manera, mediante cursos implementados a través de un paquete de software, nuestros clientes pueden desarrollar sus recursos humanos de una forma simple y económica. Los cursos a ser producidos contarán con módulos humanos teóricos y prácticas interactivas sobre problemáticas particulares de las pequeñas y medianas empresas. Los cursos serán ofrecidos como módulos intercambiables de modo que los estudiantes pueden seleccionar aquellos de su mayor de interés. Nuestros productos serán comercializados exclusivamente a través de internet, ofreciendo descuentos por cantidad para posteriores cursos, mediante un esquema de suma de puntos” (Washington, J. & Rumiany, D., 2005).

Joan Magretta (2002) lo define como “el modelo de negocios que cuenta con una historia lógica explicando quiénes son sus clientes, que es el valor para ellos, y cómo usted hará dinero proveyendo algo de valor”

El segundo modelo demuestra la viabilidad del emprendimiento, para ello se hace un estudio proyectado enfatizando números. Este modelo contempla la estructura de capital, costos y gastos proyectados en un periodo de tiempo, sean estos costos directos e indirectos, tiempo de recuperación de la inversión, la manera como se captó interés a través del valor de los bienes o servicios (Beneficios mayor que los costos asociados), incidencia en la rentabilidad a través de los incentivos en la demanda o en los escudos fiscales con la variación de una variable económica y la elasticidad de los egresos monetarios.

Aparentemente es similar a un flujo de caja, pero solo enfatiza costos fijos, semi-fijos y variables totales, más no en el detalle de los rubros de cada uno de ellos. Además, incluye indicadores no financieros, tales como: Número de quejas por cliente o productos defectuosos, tasa de error del servicio, tiempo de respuesta a solicitudes, entre otros. Esta estimación incluye los factores críticos que llevarán al éxito a una empresa durante un periodo determinado. Es indispensable que el negocio logre una ventaja competitiva sustentable, con lo que es importante tener en cuenta las acciones que deben tomarse durante en diferentes tiempos para mantener o incrementar las ventas durante tiempo de vida del proyecto. (Washington, J. & Rumiany, D., 2005).

La información específica que detalla los modelos de negocios está conformada por la proposición de valor, la cadena de valor, captura de valor, selección de clientes (presentes y futuros), factores clave de éxito, indicadores clave de desempeño,

factores ambientales clave y los grandes números (Slywotzky, A; Morrinson, D., 1998).

A pesar de que no existe un modelo único a seguir, se debe de precisar el proceso de la administración estratégica, ya que antes de desarrollar e implementar una estrategia es necesario examinar la misión, visión, metas y el ambiente interno y externo de la organización; e idear la manera adecuada para ejecutar un control eficiente, de tal manera que mejore e incremente la participación del mercado a corto y a largo plazo. (Robbins, S. & Coulter, M., 2005).

Si bien es cierto un modelo de negocios se lo desarrolla para generar un retorno atractivo de los activos invertidos, una buena parte del éxito también está en función de las habilidades gerenciales, ya que la eficiencia en la planificación, organización, liderazgo y control de cada una de las actividades por parte de los dueños o directores ejecutivos tanto de nivel alto como medio, es lo que motiva a los empleados a alcanzar las metas propuestas por la organización.

En el modelo de negocio la estrategia es la diferenciación y la aplicación del mismo por medio de las habilidades gerenciales que generen valor para enriquecer el fortalecimiento de la empresa. Por tal motivo, es importante resaltar que “Ninguna idea o producto alguna vez, por sí mismo, ha comenzado o liderado una compañía. Sólo un equipo gerencial de alta calidad puede movilizar ese proceso” (Timmons, s.f.)

Planteamiento del problema

La empresa Pacari ha tenido un crecimiento económico en el Ecuador desde el año 2002. Su mercado principalmente está en el extranjero con sus productos, principalmente en Europa. Actualmente los consumidores se sienten satisfechos por el producto que este brinda, por lo que ha sido tomado como referencia el modelo de esta empresa como objeto de este estudio para analizar los factores de éxito, cómo se contextualizaron en el medio y qué aportan a la ciencia en cuanto al estudio de este caso.

Metodología.

La metodología que se va a desarrollar es el estudio de casos, este “implica un proceso de indagación caracterizado por el examen sistemático y en profundidad de casos de un fenómeno, entendido estos como entidades sociales o entidades educativas únicas” (Bisquerra, 2009). Además, se define como “una descripción intensiva, holística y un análisis de una entidad singular, un fenómeno o unidad social. Los estudios de casos son particularistas, descriptivos, heurísticos y se basan en el razonamiento inductivo al manejar múltiples fuentes de datos” (Pérez, 1994)

El tipo de caso es evaluativo porque describe y explica los diferentes hechos importantes antes de desarrollar juicios de valor sobre la situación real del objeto de

estudio (Pérez, 1994). También es de tipo organizativo histórico, ya que estudia las diversas fases históricas de una organización a través de la técnica de la entrevista y análisis documental (Montoya, 1997)

La metodología etnográfica también forma parte de este estudio, ya que, para recolectar la información relacionada a competencias, destrezas, incidencias socios culturales, legales, ambientales, políticos y económicos que la organización poseía en los primeros años de incursión; es fundamental desarrollar una entrevista con los dueños del emprendimiento, que en este caso se valió de un análisis teórico documental.

Para ello, se implementó el diseño no experimental de tipo transversal/transeccional, cuyo enfoque es correlacional/causal. Este método “tiene como objetivo describir relaciones entre dos o más variables en un momento determinado. Se trata también de descripciones, pero no de variables individuales sino de sus relaciones” (UNAD, s.) (Álvarez, C. & San Fabián, J. 2012).

Desarrollo

El modelo de negocio de Pacari se fundamenta en variables que ayudan al emprendedor a organizar una estructura para coordinar las actividades que agregan valor a su propuesta. De acuerdo a los puntos básicos que contiene un modelo de negocio y en función a la experiencia real de la empresa Pacari, datos obtenidos de una entrevista a su Gerente Propietario Santiago Peralta el día 8 de abril del 2013 por Carlos Rabascall y Elena Rodríguez, periodista de ciudadanía T.V. el día 19 de noviembre del 2012, se estableció una relación con siete factores importantes en la cual se desarrolla valor para los grupos de intereses. Estos son los siguientes: Proposición de valor, cadena de valor, captura de valor, selección de clientes, indicadores claves de desempeño y factores ambientales claves y de éxito.

La proposición de valor responde a la pregunta por qué los clientes prefieren los productos Pacari y por qué están dispuestos a pagar más por ellos. El producto tiene aceptación en el mercado, ya que es una empresa sustentable, orgánica, amigable con el medio ambiente y socialmente responsable. Además desarrolla sabores latinoamericanos, creando combinaciones únicas como hierbaluisa, ají, mortiño y sal.

La cadena de valor se define como “La ventaja competitiva que proviene de la capacidad de la empresa de realizar las actividades requeridas a un costo menor que el de los competidores, o realizar algunas actividades en forma única lo cual crea valor de compra y por lo tanto permite a las empresas controlar el sobreprecio” (Porter. M., 1985). Para obtener una posición competitiva y crear valor en el mercado, la empresa mejoró la etapa del cultivo a través del apoyo tecnológico y de la capacitación a sus proveedores (agricultores) para mejorar las variedades de cacao, procesos de poda e irrigación. Además, seleccionó la mejor materia prima del Ecuador, mejorando la calidad de la misma durante el proceso de fermentación,

secado y antes y después de la cosecha. Este proceso se lo desarrolla con el fin de mejorar la calidad del cacao y el sabor del producto terminado.

Pacari cancela precio Premium a los agricultores, el doble de lo que se paga en bolsa. Además, también existe una relación íntima con los agricultores en temas de afecto personal, con lo que se logra recibir más crédito por parte de ellos cuando existe la necesidad y tienen una motivación para mejorar la calidad de la producción del cacao por el alto pago que reciben.

La empresa se enfoca en tener una calidad de alto nivel para que el consumidor esté dispuesto a pagar más, es el caso del chocolate Manabí que tiene un sabor floral e inédito.

La captura del valor está enfocado al medio por la cual la empresa captura los mercados, ofreciendo sus propuestas de valor. En este caso, a través de cincuenta ferias internacionales de Corpei y con el apoyo de Proecuador ha tenido la oportunidad de exponer los productos en Tokyo, Dubai, Korea, Alemania, entre otros. La organización coordina seis ferias al año y cuestan aproximadamente entre 10000 a 15000 dólares. Cabe recalcar que, a través del incremento de las exportaciones, se consigue más divisas para el país.

El valor también es capturado a través de los diferentes sabores latinoamericanos, en la cual los empleados se encargan de hacer uvillas, moriño orgánico, sal y ají; y tal es el caso que el chocolate con hierba Luisa ganó el oro mundial. La empresa desea que los consumidores que en la actualidad degustan chocolate con leche, comiencen a comprar el chocolate oscuro.

La selección correcta de los clientes presentes y futuros es fundamental para mantener al negocio rentable. Pacari ha exportado sus productos a diferentes países como: Perú, Colombia, Guatemala, Canadá, Barbados, Estados Unidos, España, Francia, Italia, Suiza, Holanda, Alemania, Suecia, Rep. De Checa, Dubai, Malasia, Inglaterra, Chile y Argentina. En Europa, Estados Unidos y en Suiza el tema orgánico estaba bien estructurado y establecido como mercado, por tal motivo se exportó como primera instancia a aquellos países. La filosofía es captar primero tienda por tienda y luego cliente por cliente.

Los factores claves de éxito evalúan los condicionantes que podrían afectar el rendimiento de la empresa. La organización ha sabido crear una propuesta de valor desarrollando un producto altamente diferente y esto se ve reflejado en los ingredientes representativos del Ecuador, con lo que ha hecho que el país se vea de una manera distinta. Por otro lado, los 23 premios obtenidos en el International Chocolate Awards han incentivado a que el precio del cacao ecuatoriano se incremente en el mercado internacional.

Los indicadores claves de desempeño son los referentes para monitorear los objetivos estratégicos de la organización. La rentabilidad y el incremento en ventas han sido los indicadores financieros relevantes expuestos por el emprendedor.

Cuando se determinan los factores ambientales claves se analiza información relevante para asegurar la viabilidad del proyecto, tales como clientes claves, proveedores más importantes e información de la competencia. En el caso desarrollado, se evidencia que la organización exporta al mercado europeo donde ya está estructurada la oferta de productos orgánicos y además en otros países donde ha sido posible entrar a través de las exposiciones en las ferias internacionales. El pagar precio premium a los agricultores ha generado una justicia social porque son los más pobres de la cadena de distribución; y esto hace que sean más productivos para la empresa. Por último, existen muchos competidores internacionales, pero los suizos son excelentes con el chocolate con leche, pero los de Pacari se diferencian por lo orgánico y socialmente responsable con el medio ambiente.

Resultados

La información analizada se desprende que la empresa Pacari, ha sabido tomar partido de una mezcla de factores que le dan valor agregado a su propuesta de producto, esto es por ser chocolate ecuatoriano, fino de aroma de la especialidad arriba nacional, producido por medio del sistema de Biodinámica, 100% orgánico libre de químicos, en relación directa con el Productor. Lo cual es altamente apreciado en los mercados del primer mundo como la Unión Europea, EEUU, e Italia. Lo cual es confirmado con el hecho de que ha recibido varios premios de CHOCOLATE AWARDS. A continuación, se muestran los resultados de las entrevistas al Emprendedor Santiago Peralta y al Director del Centro de Emprendedores ESPOL, Guido Caicedo.

Los expertos coinciden que el principal factor que limita al emprendimiento es el financiamiento en Ecuador. Muchos de los emprendedores coinciden que obtuvieron financiamiento a través de su propio negocio, amigos, familia o de los proveedores.

El segundo punto que señalan los expertos es la educación. Por un lado, hay más educación de emprendimiento de lo que había hace 3 a 5 años atrás. Sin embargo, los expertos señalan un problema de educación básica, como creatividad, tecnología, falta de carreras de tipo tecnológica, con lo que se debe de mejorar la innovación en las universidades (La sociedad del conocimiento es la base del desarrollo)

El tercer limitante es el tema de políticas públicas. Los programas de emprendimiento por parte del gobierno, como es el caso de Pro Ecuador (caso de Santiago Peralta con el emprendimiento de Pacari). Además, existe un tema de incentivo a los pequeños emprendedores y facilidad de la creación de las empresas en tiempos más cortos.

A medida que el país es más desarrollado, el emprendimiento por necesidad baja y se incrementa el emprendimiento por oportunidad.

En términos de género es bastante equilibrado, sin embargo, en los últimos dos años el emprendimiento por necesidad se ha incrementado en las mujeres. No existe un estudio sobre el caso, pero el motivo podría verse fundamentado en los programas de apoyo al emprendimiento de la mujer.

En el año 2009 luego de la crisis económica, se observó que el emprendimiento por necesidad de las mujeres aumentó, luego decreció y luego volvió a subir. Esta tendencia podría guardar un poco de relación los programas por parte del Gobierno. En sectores populares, la mujer es un centro muy importante al apoyo familiar.

Las estadísticas a nivel mundial muestran que existe una tendencia a emprender entre los 25-45 años a nivel mundial. Es importante recalcar que existe una diferencia entre emprendedores nacientes y nuevos. Los emprendedores nacientes son aquellos que están pensando poner su negocio, haciendo su plan, buscando un tipo de ayuda y no arrancan con el emprendimiento. Entre los jóvenes entre 18 y 25 años hay un número considerable de nacientes porque son jóvenes que no tienen experiencia. Entre los 25-45 años de edad hay un gran número de emprendedores nuevos.

La Actividad Emprendedora por necesidad es alta en los adultos mayores, lo cual tiene que ver con un tema de escolaridad, jubilación y la idea de mantenerse activos. Los adultos mayores tienen un nivel menor de escolaridad que los adultos jóvenes, por lo tanto, se ven más expuestos a los emprendimientos por necesidad.

La actividad de servicio al consumidor es la que posee mayor grado de representatividad. Esta se refiere al comercio, negocios de comida, peluquería, entre otros. Alrededor del 18% está ubicado en la transformación y más del 60% en la actividad antes mencionada. El segundo está ligado con el emprendimiento por oportunidad, en la cual tiene un componente que se denomina "orientado a mejora". El índice se relaciona con los emprendedores que buscan independencia y mayores ingresos. Este valor ha disminuido significativamente estos dos últimos años, mientras el emprendimiento por necesidad ha aumentado.

El caso de Pacari es un emprendimiento por oportunidad y está ligado a la actividad de servicio al consumidor. La idea de este negocio era desarrollar una empresa sustentable, positiva para el país, orgánica, amigable con el medio ambiente y socialmente responsable. En el 2002 comenzaron con este emprendimiento, en la cual se involucraron con pequeños agricultores de la costa ecuatoriana.

Primero, produjeron elaborados de cacao (pasta de cacao) para su exportación y luego chocolate, ya que para los clientes les es fácil optar por nuevos proveedores de cacao. Se desarrolló productos con sabores latinoamericanos como hierbaluisa, ají, mortiño, uvillas y sal. El fin era hacer que la gente en la actualidad degusta chocolate con leche, comience a comprar chocolate saludable-oscuro que es bueno para el corazón y la depresión. El chocolate con hierva luisa ganó el oro mundial.

Uno de los puntos muy importantes para tener una buena aceptación en el mercado fue la capacidad de escoger la mejor materia prima del Ecuador, además de mejorar la calidad de la misma durante el proceso de fermentación, secado y cosecha y post cosecha. Todo este procedimiento se lo desarrolló con el fin de mejorar la calidad del cacao y el sabor del producto terminado.

En Europa, Estados Unidos y en Suiza el tema orgánico estaba bien estructurado y establecido como mercado, por tal motivo se empezó primero a exportar allá.

El crecimiento ha sido paso a paso, ya que la organización con empezó con capitales grandes. La empresa logró el crecimiento a través del Trabajo, inversión propia, ayuda familiar, pero más personal que financiera. Según el emprendedor, en Ecuador es difícil conseguir recursos cuando eres una empresa nueva. Los clientes del exterior le han dado financiamiento y con ese capital se ha fondeado la empresa.

Pagaré cancela precio Premium a los agricultores, el doble de lo que se paga en bolsa y evita todo tipo de intermediarios, con lo que se hace justicia porque son los más pobres de la cadena de distribución. Además, existe también una relación íntima con los agricultores en temas de afecto personal. La empresa ha ayudado a los agricultores para que tengan acceso a la mejor tecnología, con lo que se los ha asesorado correctamente para que hagan bien los procesos de fermentación y así poder mejorar las variedades de cacao, procesos de poda e irrigación.

La organización ayudó al principio a los agricultores con cierta inversión (unos pocos de miles de dólares) al inicio de la cosecha para que comiencen a manejar el tema del Acopio. Suele tomar aproximadamente entre siete y ocho años de trabajo hasta que la relación se estructura para poder tener la oportunidad de recibir más crédito por parte de los proveedores.

La empresa se enfoca en tener una calidad de alto nivel para que el consumidor esté dispuesto a pagar más, es el caso del chocolate Manabí que tiene un sabor floral e inédito. El agricultor sabe que la empresa les cancela muy bien, con lo que tienen una razón para mejorar la calidad del cacao.

Actualmente, la empresa exporta sus productos a más de 28 países. A través de 50 ferias internacionales de Corpei y con el apoyo de Proecuador (Instituto dependiente de la cancillería), ha podido asistir en ferias en este último trimestre, como tokyo, dubai, korea, Alemania, entre otros. El costo oscila entre 10000 a 15000 dólares y se desarrollan seis ferias al año. A través del fomento de estas exportaciones, se consigue más divisas para el país.

Estructurar una de ellas es un trabajo enorme en coordinación, con lo que se establecen algunas reuniones comerciales para lograr el éxito en cada una de las exhibiciones.

El precio del cacao ecuatoriano se ha incrementado en el mercado internacional debido a los diferentes reconocimientos a nivel global. La empresa ganó 23 premios

en el International Chocolate Awards. Además, obtuvo más premios que Michelle Cruise (empresa francesa), que solo ganó tres premios y tiene cuatro generaciones haciendo chocolate. Vender uvilla, mortiño e ingredientes representativos del país ha hecho que Ecuador se vea de manera diferente. “La clave del éxito no está en la ausencia de los problemas que se pueden presentar, sino en la actitud con la que se encuentra la vida” (Rabascall, 2013)

Los suizos son excelentes con chocolate con leche. Los chocolates de Pacari son los más complejos, ya que son orgánicos y saludables. El deseo del emprendedor es que se genere la tradición de que la empresa tenga el mejor chocolate de Ecuador.

Una de las ventajas para el país es el fomento de la producción nacional y la permanencia del capital dentro del territorio, fruto del valor agregado que cuenta los productos Pacari. Aproximadamente 20000 personas dependen directamente del Cacao, en cambio 35 trabajan directamente en la empresa.

El emprendedor sugiere que hay que hacer de excelencia con lo que los empresarios desarrollan. El tema vital es el valor agregado y no hay que depender de los demás. En el tema agroindustrial, energía solar e hidráulica hay mucho por explorar, por ende, hay que agarrar una línea y hacer de excelencia en el área de actividad humana que usted considere.

De acuerdo al análisis de la información investigada del caso Pacari y analizando los referentes teóricos, se ha determinado que los siguientes son los factores de éxito del caso Pacari.

- **Creación de Productos con Valor Agregado.**

La investigación analiza la toma de decisiones por parte del emprendedor para poder incrementar la participación de mercado. La organización ofrece productos orgánicos y amigables con el medio ambiente, con lo que se identifica como una empresa socialmente responsable. Además, desarrolla sabores latinoamericanos, creando combinaciones únicas como hierbaluisa, ají, mortiño y sal.

- **Relación directa con el productor.**

En el modelo tradicional el pequeño agricultor productor, vende su producto y pasa por una serie de intermediarios hasta llegar a la empresa que procesará las materias primas. No se reconoce el esfuerzo del pequeño agricultor y genera de su actividad una pobre expectativa de superación como medio de vida. En el caso de Pacari, evita todo tipo de intermediarios y prefiere pagar un precio Premium al agricultor, con lo logra establecer una justicia social.

- **Empresa sustentable a través de la biodinámica**

Esta teoría respeta los procesos naturales y rescata la capacidad de auto regeneración de la madre tierra y en ella confluyen todos los elementos

necesarios para mantener el equilibrio entre el hombre y su entorno. Se desarrolla una dinámica edificadora del sistema productivo confluyente con las expectativas de la nueva era de vida equilibrada que tiene cabida en ideario de las personas cuya tendencia es vivir sano y en armonía con la madre tierra.

- **Posicionamiento en el mercado**

Para lograr que un producto o servicio este bien posicionado en el mercado es importante que este posea una buena imagen y recordación. La empresa se ha ganado este espacio debido al valor distintivo que este ocupa el mercado nacional e internacional. En la actualidad, la marca está posicionada en la mente de los consumidores con respecto a la competencia.

Conclusiones

De lo vertido por los autores se deduce que el emprendimiento es una actividad productiva innovadora que busca crear valor para sus propulsores y en general redundar en beneficios socioeconómicos colaterales para toda la sociedad en su conjunto. Incluso sería aún mayor su profundidad y efecto cuando se da el proceso productivo de transformación de materias primas a productos con valor agregado.

En el trabajo presentado se ha demostrado que, si se puede en Ecuador crear marcas que puedan competir a nivel internacional, dejar de ser solo productores de materias primas, adoptar tendencias amigables con el medio ambiente, y ofrecer a la vez un producto de alto valor agregado, apreciado a nivel mundial por la calidad, altos estándares de producción con métodos orgánicos, biodinámica y comercio justo (trato directo con el productor)

Bibliografía

Espino-Valdés A, Sánchez-Sánchez R, Aguilera-Martínez AF. Procedimiento para el control de gestión en la Empresa. *Ingeniería Industrial*. 2013;34(2):194-211. ISSN 1815-5936.

Espinosa Moré S. El Índice de Aporte General de una Organización empresarial a la Sociedad. *Ingeniería Industrial*. 2011;33(2):175-87. ISSN 1815-5936

Pérez Vergara I, Cifuentes Laguna AM, Vásquez García D. Un modelo de gestión de inventarios para una empresa de productos alimenticios. *Ingeniería Industrial*. 2013;33(2):227-236. ISSN 1815-5936

Prefectura Pastaza. División Política de Pastaza. 2010. [Citado: 03-03-2014]. Disponible en: <http://www.pastaza.gob.ec/pastaza/historia-de-la-provincia>.

Bisquerra, R. 2009. Metodología de la investigación educativa (2ª edición). Ed. La Muralla S.A.

Washington, J., Rumiany, D. (2005). Modelo de Negocios. Recuperado de <http://aximia.com/blog/wp-content/uploads/file/Modelo%20de%20negocios.pdf>

Galeano, Ana. (s.f). Identificar y analizar modelos de negocio a través de la metodología de los casos de estudio. Una revisión del estado del arte y propuesta preliminar. Recuperado de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/35065/Identificar%20y%20Analizar%20Modelos%20de%20Negocio.%20Metodologia%20del%20Caso.pdf?sequence=1>

Primera Hora (2013,04-8). Entrevista a Santiago Peralta-Fundador y Representante de chocolates Pacari. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=D7y5_vgz2EI

El ciudadano T.V (2012, 11-19). Diálogo abierto con Santiago Peralta. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=WcbWEEjjdUY>

Primera Hora (2013,04-8). Guido Caicedo-Tema: Emprendimiento en Ecuador; Resultados Globales. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=evm-j_a8k_o

033. REFLEXIONES SOBRE CAPACITACION EMPRESARIAL: EMPRESA O COLABORADOR, ¿QUIÉN SE BENEFICIA MAS?

Autor:

Mgs. Yadira Mariuxi Armas Ortega

Docente

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad ECOTEC - ECUADOR

yarmas@ecotec.edu.ec

RESUMEN

Vamos a tratar un tema que puede ser controversial, pues forma parte de una realidad que todos vivimos pero no muchos expresan de forma escrita. ¡Cuántas cosas hemos escuchado sobre capacitación; cuántas posturas distintas... para unos una oportunidad, para otros una imposición, una molestia y pérdida de tiempo...pero ¿por qué?. Pese a todo, la concepción general que como sociedad tenemos sobre la capacitación, es positiva; pues se le atribuyen varios beneficios tanto para el colaborador como para la empresa, pero ¿quién resulta más beneficiado en realidad?; en un mundo donde la mayoría, no hace algo por nada...

El presente artículo lo invita a pensar; a desmenuzar conceptos diariamente manejados (en ocasiones de forma errónea). Lo incita a descubrir, a extraer sus propias conclusiones, quiere desestabilizarlo cognitivamente y que cree su propia postura y teoría. Aborda conceptos básicos relacionados con la capacitación empresarial, la forma en la que estos interactúan y cómo la capacitación aporta al desarrollo organizacional, o deja de hacerlo. Indaga también en la importancia de la capacitación como un instrumento motivador y si las organizaciones manejan eficientemente el tema.

La investigación es exploratoria – descriptiva y pone en evidencia los postulados teóricos, técnicas y relaciones entre la capacitación y los intereses personales y organizacionales. Diagnostica la realidad que viven los colaboradores y las organizaciones frente a las acciones de capacitación y finalmente brinda alternativas que le permitan sustentar su propia postura, al descubrir quién es el mayor benefactor de los procesos de capacitación empresarial.

Palabras Clave

Capacitación, Formación, Especialización, Aprendizaje, Educación, Enseñanza, Conocimiento, Desarrollo Organizacional, Desarrollo Personal, Capital Intelectual, Gestión De Conocimiento.

ABSTRACT

I must warn you that this article must to be read carefully, because you will find some realities that are not expressed all the time. How many things we have heard about training; Many different points of view... an opportunity for some, for others an imposition, a nuisance and waste of time ... but why?. However, the general concept that as a society we have about training, is positive; as are attributed various benefits for both -the employee and the company-, but who is actually more benefit?; If seems to be, that we live in a world where the majority does not do something for nothing ...

This article invites you to think; to crumble handled daily concepts (sometimes incorrectly). Incites you to discover, to build your own conclusions, wants your cognitive disequilibrium that allows create your own posture and theory. It- touches basic concepts associated to business training, how they interrelate and how training contributes to organizational development, or fails to do so. Also explores the importance of training as a motivational tool and if organizations handle it efficiently.

The research is exploratory - descriptive and highlights the theoretical postulates, techniques and relations between training and personal and organizational interests. Make a diagnostic about the reality experienced between employees and organizations, in training activities and finally provides alternatives that allow you to support their own position, and define out who the biggest benefactor of business is training processes.

Keywords

Training , education , expertise , learning , education , training , knowledge , organizational development, personal development, intellectual capital , knowledge management .

INTRODUCCIÓN

¿Qué es la capacitación empresarial y cuando empezó el interés hacia ella?
¿Porque es tan difícil que el personal crea en el beneficio de la capacitación? Y a todo esto ¿realmente tiene un beneficio para el colaborador?, o solo es un intento por legitimar la importancia que representa para la empresa el hecho de que su personal esté capacitado...

Horas y horas de trabajo han transcurrido entre los muros de las empresas, donde miles de personas – colaboradores, han dejado su esfuerzo diario. Organizaciones grandes, medianas y pequeñas se han construido y destruido gracias a las personas. El ser humano...dotado de un poder inimaginable, capaz de fortalecer o diluir todo lo que tiene a su paso. Las empresas necesitan a las personas tanto

como las personas a las empresas y eso es claro, lo hemos debatido como sociedad durante varios años, cuantos paradigmas han sido rotos sobre el trato a las personas y la forma en la que se interrelacionan con las organizaciones.

Como sociedad hemos pasado desde el modelo tradicional, donde en líneas generales el ser humano era considerado un simple factor productivo¹; hasta la actualidad – al menos en su mayoría-, donde términos como *gestión del talento humano* retumba en nuestros oídos, volviéndose cada vez más, pieza clave en el éxito de las empresas.

El conocimiento, que en más de una ocasión pasó desapercibido, e inclusive de alguna forma fue reprimido por varios jefes (quienes no siempre concebían que sus colaboradores puedan dar ideas de mejora a los diferentes procesos) es ahora valorado e inclusive se lo reconoce como fuente de innovación. Para Almeida (Almeida Ruiz, 2012) el **conocimiento** es “el resultado del procesamiento de la información que permite crear valor agregado y posibilita el real desarrollo de las organizaciones.” Frases como “tu opinión cuenta”, da relevancia al aporte que pueden brindar colaboradores, proveedores y clientes. Estudios de clima laboral, burnout, competencias... ¡competencias! Vistas como capacidades integrales en los colaboradores, una visión holística de lo que deberíamos ser, saber y manejar para poder desenvolvemos a cabalidad en las funciones que nos han sido asignadas.

Empresa y colaborador, una interacción constante, un compromiso mutuo.

DESARROLLO

1. CONCEPCIONES BÁSICAS

Al hablar de capacitación, normalmente nos referimos a un proceso mediante el cual el colaborador adquiere los conocimientos necesarios que le permiten incrementar la probabilidad de realizar sus funciones de una manera idónea, o, en su defecto es el proceso mediante el cual se accede a información significativa que permite crear y mejorar la comprensión, aplicación y rendimiento sobre un tema específico acorde al cargo que desempeñamos en una organización.

Existen tantos conceptos relacionados cuando hablamos de capacitación, que se ha considerado prudente precisar en los más relevantes. Y es que términos como: capacitación, formación, especialización, aprendizaje, educación, enseñanza, conocimiento, desarrollo organizacional, desarrollo personal, capital intelectual, gestión de conocimiento; pudieran resultar confusos y en algunas ocasiones inclusive ser utilizados a manera de sinónimos, sin necesariamente serlo.

¹ Si bien es cierto hoy nos llaman la Sociedad del Conocimiento, esto no siempre fue una realidad, existieron otras épocas en las que todo lo que se precisaba conocer era como desarrollar la tarea encomendada.

La (Real Academia Española, 2016) – RAE- , define la **capacitación** como “la acción de capacitar”. **Capacitar**, a su vez, implica hacer a alguien apto, habilitarlo para algo. De allí que, en palabras de (Chiavenato I. , 2007) “la capacitación significa preparar a la persona para el puesto” hacerla *apta*. Es decir, dotar al colaborador de los saberes necesarios para desempeñar cabalmente las funciones para las que fue contratado. Coincide con este enfoque, la (Universidad Nacional Autónoma de México, 2012) donde, en la planificación de clases para la materia de Capacitación, se menciona: “la capacitación son los métodos que se usan para proporcionar a los empleados nuevos y actuales, las habilidades para desempeñar su trabajo”; agregan luego, que la misma se orienta hacia la transmisión de los conocimientos que requiere un trabajador para “saber cómo hacer”, para desempeñar eficientemente un puesto de trabajo provocando cambios en la esfera cognoscitiva del sujeto.

No obstante, en el contexto actual, generalmente se emplea el término capacitación para nombrar los diferentes *cursos* a los que asisten las personas con el fin de conocer o perfeccionarse sobre un tema específico. (Alles, 2011) nos da su aporte manifestando: “Se entiende por capacitación a aquellas actividades estructuradas, generalmente bajo la forma de un curso – que en la actualidad puede realizarse bajo la modalidad presencial o virtual-, con fechas y horarios conocidos y objetivos predeterminados...debe ser una transmisión de conocimientos y habilidades organizada, planificadas y evaluable”. Queda claro entonces que si bien la capacitación tiene un fin determinado (preparar a la persona para un puesto), no solo se trata de cursos de capacitación, sino que, como bien lo indica Alles, para lograr ese fin podría precisarse de varias actividades estructuradas. Por tanto, si usted señor lector es un profesional de talento humano, sabrá que aunque en el entorno e inclusive usted mismo continúe utilizando el termino capacitación para referirse a los diferentes cursos, simplificar el termino capacitación como sinónimo de *curso*, no es lo correcto – el espectro en realidad es más amplio.

La **educación**, en cambio es definida por la (Real Academia Española, 2016) como “la acción y efecto de enseñar”. En este sentido, **enseñar** a su vez hace referencia a “Instruir, doctrinar, amaestrar con reglas o preceptos”.

Instruir, es decir, comunicar, informar, dar a conocer sistemáticamente ideas, conocimientos.

Doctrinar, corresponde a inculcar en quien se enseña determinadas ideas o creencias y *finalmente*

Amaestrar - hacer diestro, hábil, experto a quien se enseña.

La educación, por tanto es -en esencia-, un proceso comunicacional y de transformación profunda, en donde se informa y comunica sistemáticamente ideas y conocimientos que permiten inculcar en el educando determinadas creencias con el fin de hacerlo diestro o hábil. Paulo Freire sostiene que “... No se trata de una educación para informar (como lo que sucedía en las teorías del modelo pedagógico

tradicional)² sino que busca formar a las personas y llevarlas a transformar su realidad.” Reforzando esta teoría, se encuentra (Chiavenato, 2007) quien manifiesta que “La educación es la preparación para la vida y por la vida...cuyo propósito es preparar a la persona para el ambiente dentro o fuera de su trabajo”. Continúa luego precisando que esta puede ser institucionalizada o no y que se pueden distinguir varios tipos de educación, como por ejemplo: social, religiosa, cultural, política, moral, profesional, entre otras.

Por tanto, capacitar y educar no es precisamente lo mismo; sin embargo, la capacitación como tal, si es un proceso educativo. (Almeida Ruiz, 2012) lo aclara de la siguiente manera: “La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos...implica un proceso de cuatro etapas, a saber: diagnóstico de necesidades de capacitación, diseño del plan y programas de capacitación, implementación de la capacitación y evaluación de los resultados”. En el contexto empresarial, aquellos objetivos definidos, se estructuran en función del cargo que desempeña el colaborador. Y hablamos del contexto empresarial, porque precisamente la capacitación forma parte de aquella que se denomina *educación profesional*, entendiéndose esta como “la educación, institucionalizada o no, que busca preparar al hombre para la vida profesional” y que incluye tanto la formación profesional, como la capacitación y el desarrollo profesional (Chiavenato I. , 2007).

La **formación profesional** prepara, a quien la recibe, para una profesión en particular, mientras que el **desarrollo profesional** busca orientar sus esfuerzos hacia la especialización. Haciendo una analogía podríamos precisar la diferencia entre capacitación, formación y desarrollo de la siguiente manera: Considere el caso de un médico. Los años de estudio que el aspirante al título de médico invierte mientras adquiere los saberes requeridos para ostentar su título, pertenecen al proceso de formación profesional netamente. Sin embargo; si luego de haber obtenido su título en medicina general, decide especializarse en cardiología, entonces estaremos hablando de desarrollo profesional. Más, si en el ejercicio de su carrera adquiere un nuevo equipo para realizar los electrocardiogramas, y no conoce bien el manejo de su nueva herramienta de trabajo, seguramente requerirá de una capacitación que lo habilite para tal fin.

Para (Almeida Ruiz, 2012), “La capacitación se concibe como un proceso de aprendizaje individual, en equipos y aprendizaje organizacional.” El **aprendizaje**, de acuerdo a (Munch, Galicia, Jimenez , Pedronni, & Patiño , 2012), “se puede definir como un cambio en la conducta del individuo, adquirido a través de la experiencia”. Es decir podemos afirmar que existió un aprendizaje cuando se evidencia un cambio permanente de conducta, dicho de una forma más sintética, *el que aprende – cambia*. (Chiavenato I. , 2007), coincide con este concepto y menciona: “el

² Texto entre paréntesis, insertado por el autor. Entre las teorías del modelo tradicional tenemos: Mente depósito, teoría de las facultades y teoría sensual empirista, en las cuales su fin principal era la transmisión de la información.

aprendizaje es el proceso mediante el cual las personas adquieren conocimiento de su ambiente y sus relaciones durante el transcurso de su vida (lo que Bandura llamaría aprendizaje social)³... De este modo, el aprendizaje ocurre cuando se presenta un cambio de conducta de la persona como respuesta a una experiencia anterior”.

Por tanto un curso de capacitación es de utilidad cuando genera aprendizaje, es decir, cuando fruto del mismo se produce un cambio de conducta en el colaborador, por supuesto un cambio orientado a nutrir las competencias del colaborador para el desempeño de sus funciones.

La capacitación, bien orientada, genera aprendizaje a nivel individual, si este es gestionado de la forma adecuada puede aportar al aprendizaje a nivel organizacional; (Chiavenato I. , 2007) reafirma lo anteriormente expuesto, al mencionar que tanto capacitación como desarrollo personal “se refieren al aprendizaje en el nivel individual” mientras que hay un estrato más amplio denominado desarrollo organizacional, que se refiere a la forma en que las organizaciones aprenden y se desarrollan - aprendizaje organizacional. Pero para que se genere el aprendizaje organizacional es necesario **gestionar el conocimiento** que no es más, que llevar el conocimiento desde el lugar en el que se produce hasta el lugar donde se va a emplear (llevar el conocimiento del individuo - a la organización). Sin embargo por más sencillo que parezca, no es tan fácil en la práctica, pues para gestionar el conocimiento, primero se debería entender la dinámica del mismo.

Anteriormente se había expuesto las palabras de (Almeida Ruiz, 2012) donde este define que el **conocimiento** “corresponde al resultado del procesamiento de la información que permite crear valor agregado y posibilita el real desarrollo de las organizaciones”. Para Javier Martínez Aldanondo, Gerente de la División de conocimiento de la empresa *Catenaria* ⁴ “El conocimiento y el aprendizaje son caras de la misma moneda” continua expresando luego “...el aprendizaje termina donde empieza el conocimiento”. Ello implica que *el conocimiento se convierte en el fruto de un proceso de aprendizaje*, de manera que al aprender- se da un cambio en la conducta de la persona- y la evidencia de ese cambio es lo que ahora *conoce* la persona, pues en virtud de su conocimiento será su actuar. De allí que el impacto del conocimiento individual es amplio a nivel organizacional, pues como ya toda la sociedad ha identificado, las empresas son en la medida en que su gente permite que sean.

³ Texto entre paréntesis, insertado por el autor. La Teoría del aprendizaje social, de Albert Bandura, menciona que el individuo puede adquirir patrones y respuestas intrínsecas simplemente por medio de la observación del comportamiento de modelos apropiados. Existe un determinismo recíproco donde los factores individuales, comportamentales y ambientales operan como factores determinantes entre sí.

⁴ Catenaria: Empresa Chilena especializada en brindar asesoría en Gestión del Conocimiento, Gestión del Cambio, la Gestión del Aprendizaje y la Gestión de las Comunicaciones

2. CAPACITACIÓN Y DESARROLLO ORGANIZACIONAL

La capacitación, entre otras acciones, se convierte entonces en una herramienta de desarrollo tanto personal como organizacional, ya que es tomada como uno de los andamios que permiten generar aprendizaje a nivel individual y a partir de allí llevarlo a la organización. En este sentido, y para ir atando conceptos, es necesario precisar los siguientes postulados:

- **No porque se tenga acceso a la *información*, se tiene el *conocimiento* que se pudiera derivar de la misma:** Al igual que, no porque su casa está llena de libros- usted se ha apropiado de todo ese conocimiento. Es más, inclusive podría darse que lo único que conozca de aquellos libros, es que ¡están en su casa!. Lo mismo sucedería con uno de sus dispositivos de almacenamiento, en el que, no por tener almacenados 32 GB de información, usted ha desarrollado el conocimiento que podría generarse de los mismos. De igual manera ocurre con la información del internet, todos tenemos acceso a ella, aun así no implica que hemos generado el conocimiento de todo lo que está en red. En las empresas, los sistemas de intranet hacen las veces de *la casa con los libros* o el *pen drive* o el *internet*; están llenos de información, pero no porque tengan toda la información los colaboradores manejan todo ese conocimiento, no necesariamente lo han desarrollado, peor aún lo han interiorizado.
- Así también, **tampoco porque los colaboradores tengan el conocimiento, necesariamente existirá desarrollo organizacional.** Para ilustrarlo mejor, imagine lo siguiente: Si ante un problema se reúne a varios científicos y entendidos en la materia para hallar una solución, y una vez juntos nadie interactúa entre sí, ni da sus opiniones, ni se discute las diferentes opciones o puntos de vista y en su lugar cada quien intenta solucionar el tema de manera aislada de la forma que lo considera correcto... seguramente la tan esperada solución no llegaría, o al menos no llegaría a tiempo. Lo mismo ocurre en una empresa donde sus colaboradores poseen conocimiento de forma individual pero no interactúan, debaten, sugieren, no aportan realmente con su conocimiento. Al no gestionarse el conocimiento adecuadamente, cada colaborador puede apropiarse de lo que sabe, convertirse en un especialista único en donde a la larga todos terminan perdiendo. Es increíble las múltiples quejas que se suelen escuchar en los pasillos de las empresas sobre la ineficacia de los procesos, ineficacia que pudiera ser resuelta si tan solo existiera una cultura del conocimiento en la empresa, en donde este pueda perpetuarse y donde los colaboradores no tengan miedo de enseñar, pero sobretodo no tengan miedo de aprender e inclusive equivocarse. ¡Equivocarse! pues es el *error* un detonante por excelencia del crecimiento empresarial, ya que es a partir del error que se puede mejorar... si la empresa se equivoca más de una vez, entonces no se ha aprendido, no ha existido un cambio de conducta - su actuar continua siendo estático; por tanto la

información que se recopiló del error no fue procesada, no se ha generado conocimiento, ni memoria empresarial y sin esos ingredientes difícilmente el desarrollo organizacional es viable.

- **No porque la empresa capacite a sus colaboradores, logrará el desarrollo organizacional que busca.** Pues como mencionábamos con anterioridad, la capacitación por sí sola, no asegura el conocimiento, ni la memoria empresarial. Existen cientos de capacitaciones que para resumir – no sirven- ¿Pero por qué? No sirven, no porque no cuenten con un facilitador o material adecuados o se tuvo una logística insuficiente; simplemente no fueron bien pensadas a nivel empresarial, desde un inicio.

Desarrollo personal y organizacional, ambos implican crecimiento - fortalecimiento. Para (Maxwell, 2012) “...todo viaje comienza con el primer paso. Decidir que vale la pena equipar y desarrollar a los miembros de su equipo es el primer paso para formar un mejor equipo. Ello demanda un compromiso...a mayor calidad de los integrantes, mayor potencial del equipo” Sin embargo, en más de una ocasión las empresas o los mismos colaboradores restan importancia al potencial de un buen equipo de trabajo, tratando de destacarse de forma individual. En este sentido (Maxwell, 2012) agrega luego: “Pocas personas admiten de buena gana que no pueden hacerlo todo, aunque esta sea una realidad de la vida. No existen superhombres ni supermujeres. De modo que la pregunta no es si usted puede hacerlo todo por sí solo; sino cuánto se tardara en comprender que no puede”. Estas palabras podrían traer a su memoria la fábula titulada *Asamblea en la Carpintería*, incluida en el texto de bolsillo *La culpa es de la Vaca*, en donde se relata:

Hubo en la Carpintería una extraña asamblea; las herramientas se reunieron para arreglar sus diferencias. El martillo fue el primero en ejercer la presidencia, pero la asamblea le notificó que debía renunciar. ¿La causa? hacia demasiado ruido, y se pasaba el tiempo golpeando.

El martillo reconoció su culpa, pero a su vez pidió que fuera expulsado el tornillo: había que darle muchas vueltas para que sirviera de algo.

El tornillo aceptó su retiro, pero a su vez pidió la expulsión de la lija: era muy áspera en su trato y siempre tenía fricciones con los demás.

La lija estuvo de acuerdo, con la condición de que fuera expulsado el metro, pues se la pasaba midiendo a los demás, como si él fuera perfecto.

En eso entro el carpintero, se puso el delantal e inició su trabajo, utilizando alternativamente el martillo, la lija, el metro y el tornillo.

Al Final, el trozo de madera se había convertido en un lindo mueble.”

Cuando la carpintería quedo sola otra vez, la asamblea reanudó la deliberación. Dijo el Serrucho: "Señores ha quedado demostrado que tenemos defectos, pero el carpintero trabaja con nuestras cualidades. Eso es lo que nos hace valiosos. Así que ya no pensemos en nuestras flaquezas, y concentrémonos en nuestras virtudes". La asamblea encontró entonces que el martillo era fuerte, el tornillo unía y daba solidez, la lija limaba asperezas y el metro era preciso y exacto. Se sintieron como un equipo capaz de producir hermosos muebles, y sus diferencias pasaron a segundo plano (La culpa es de la vaca, 2016)

¿Quién lo representa a usted en su empresa? ¿La lija?, ¿el martillo?, ¿el metro?... Si todos los colaboradores comprenden el impacto de su aporte en la organización y a su vez las organizaciones también lo hacen, entonces la organización podrá hacer las veces del *carpintero* y construir con los talentos de su gente. ¿Qué tanta relevancia toma entonces tener colaboradores bien capacitados en sus funciones? (Si es la lija o el metro o etc... ¡sea uno bueno!). Si la empresa trabaja con nuestros talentos, perfeccionar esas competencias incrementa la probabilidad de que las cosas (las que fueran) sean bien hechas o al menos realizadas con la calidad que la empresa espera. En un mundo donde se *selecciona por competencias*, ¿estamos capacitando por competencias?, lastimosamente en muchas empresas la respuesta es No. La capacitación ha sido reducida a *cursos* que tratan de llenar lo que se consideran *vacíos*, *vacíos* que ni siquiera fueron bien analizados o peor aún, en ocasiones, se capacita para poder decir que la "empresa se preocupa por su gente" ... la pregunta es ¿se preocupa?.

Capacitar requiere de un análisis previo que detecte *el alcance de la calidad del equipo* que tiene la organización y a partir de allí, entonces sí, tomar las acciones de capacitación requeridas para lograr el desarrollo personal y por ende organizacional que se busca.

Almeida Ruiz (2012), precisa que "el término **desarrollo** se aplica cuando el cambio es intencional y es planeado con anticipación." Para este mismo autor, el "**desarrollo organizacional** parte del supuesto de que es enteramente posible que las metas de los individuos se integren a los objetivos de la organización, en un plan en el cual el trabajo además de que sea estimulante y gratificante, ofrezca posibilidades para el desarrollo personal." Hablamos entonces de que el desarrollo organizacional no es un evento casual, por el contrario el desarrollo organizacional viene de la mano de procesos estructurados, empezados con el fin en mente.

Cuando la empresa, en busca de éxito y fortalecimiento organizacional, comienza a “preocuparse repentinamente” por las competencias de su gente y sus saberes⁵, los resultados se notan...lastimosamente no en el buen sentido. Pues como bien lo dijimos antes, no es solo capacitar para mejorar (sin siquiera saber en qué se requiere hacerlo) o peor aún figurar y decir que <la empresa capacita a su gente>; tampoco se trata de “armar un plan de capacitación” para únicamente cumplir con políticas y normativas legales. La capacitación es un instrumento, una herramienta para generar desarrollo personal y por ende organizacional, pero es una herramienta que debe ser bien utilizada, debe partir de un porque. El no analizar qué busca la institución, que necesidades tiene, cuales son las falencias de su gente o los desafíos para los que deben prepararse, y armar un *plan de capacitación* es una tremenda irresponsabilidad que desemboca en pérdida de tiempo, pérdida de recursos y desmotivación.

Si lo que se busca es el desarrollo organizacional, de nada sirve que nuestros colaboradores asistan a varios cursos/ capacitaciones, si estas no están vinculadas con sus actividades. Así como tampoco sirve de nada tratar de que el colaborador aprenda algo que no le interesa, algo a lo que simplemente no le encuentra *un sentido*.⁶ Se había mencionado que una capacitación era de utilidad en la medida en que generaba aprendizaje, los conocimientos que se deriven de esos aprendizajes son los que certifican la validez de la capacitación, esos conocimientos son los que hacen que exista un impacto en la organización... de los conocimientos (frutos del aprendizaje) surgen las opciones de innovación y con ello el desarrollo organizacional. Por tanto si un colaborador o varios asisten a las capacitaciones que les fueron programadas, inclusive de forma obligatoria, capacitaciones en donde no se contempló las necesidades reales; si se envió a una capacitación básica a personas con años de experiencia y dominio sobresaliente en el tema, personas que mientras están en el curso tienen la sensación de que – lejos de alardear- son ellos quienes deberían estar dando la capacitación; si enviamos al personal salido de una jornada nocturna a todo un día de capacitación...Si esas cosas ocurren, entonces *no*, la capacitación no ha servido, se ha desperdiciado tiempo y dinero. Planificar capacitaciones irresponsablemente no logra contribuir al desarrollo organizacional, es más, puede ser el detonante de problemas en el clima laboral y desmotivación del personal.

Por otro lado, realizar una adecuado levantamiento de necesidades de capacitación, considerando lo que es la organización, sus metas y desafíos; las necesidades del

⁵Se considera una persona como *competente* cuando tiene una capacidad integral. En este sentido, una persona debe ser holística y en ella deben reconocerse los siguientes saberes. Saber hacer (procedimientos). Saber ser (actitudes). Saber –saber (conocimientos) y Saber convivir.

⁶ En este punto, cabe dar realce a la importancia del subsistema de reclutamiento y selección, en donde se debió encontrar una adecuada paridad entre persona - puesto. Fruto de una mala selección de personal, podemos llenarnos en la empresa de personas que trabajan en sus cargos por una necesidad imperante o cualquier otro motivo, menos un genuino interés y amor por lo que hace. Por ende lo que aprenda en su cargo, será por un requisito o demanda formal – una obligatoriedad- más que por verdadero interés, algo a la larga desgastante – sobretodo para el colaborador.

personal, sus motivaciones e intereses y las necesidades de los puestos en cuanto a funciones y tareas; pese a ser un trabajo laborioso, bien realizado sin duda da frutos... ese fruto es el conocimiento que se genera. De allí en adelante hay que tomar acciones de gestión del conocimiento para lograr que eso que se sabe pueda ser trasladado a quienes *no* y se quede en la organización... solo así la organización se convierte en una organización de aprendizaje.

3. LA CAPACITACIÓN COMO INSTRUMENTO DE MOTIVACIÓN

Que el mundo ha cambiado, ¡por supuesto que sí! Hemos pasado de la Sociedad de la información a la Sociedad del conocimiento⁷...Ha cambiado porque las personas hemos cambiado y seguirá haciéndolo en la medida en que decidamos avanzar. Y es que, aun cuando el tiempo ha transcurrido y varios de los paradigmas de la sociedad en cuanto a capacitación y trato a las personas, se han ido diluyendo, se debe reconocer que en el mundo aún existen organizaciones y sistemas que continúan lejos de la utopía de una capacitación centrada en una relación ganar – ganar entre la empresa y el colaborador (como lo que ocurre en la línea operativa en ciertas fábricas estadounidenses, donde el ser humano es tomado directamente como un factor de producción).

La realidad es que, en varios casos, no porque las organizaciones tengan niveles o intereses altos en capacitación, necesariamente tienen un sólido compromiso con su gente. Esto no tendría mayor relevancia si las organizaciones estuvieran conformadas exclusivamente por máquinas; sin embargo las organizaciones, lejos de ser simples paredes decoradas, es en gran medida lo que su gente permite que sean. Y es allí donde la situación se complica...

El ser humano es ambicioso en muchos sentidos, siempre queremos más. Diferentes teóricos han analizado las necesidades humanas y de alguna manera podemos llegar a la conclusión que, una vez se satisfacen todas, el ciclo vuelve (la casa que obtuvimos ya es pequeña, el empleo de nuestros sueños ahora es otro, el salario podría mejorar...). Carl Rogers⁸, explicaría esa conducta mencionando que es propio de nuestra naturaleza, como seres vivos, hacer lo mejor que podemos, algo a lo que Rogers denominó la *tendencia a la realización*, que no es más que la “Motivación innata, presente en toda forma de vida, dirigida a desarrollar sus potenciales hasta el mayor límite posible “ (Cloninger, 2003). Tal vez en esa búsqueda constante de alcanzar nuestro mayor límite posible, sea cada vez insuficiente todo lo que vamos logrando.

⁷ Almeida (2012) define a la *sociedad la información* como aquella que “ Tiene una Inmensa y diversa cantidad de datos que se pueden encontrar a velocidades cada vez mayores, en diferentes fuentes como producto de la tecnología como el internet”. Mientras que la *Sociedad del conocimiento*: “Se caracteriza por la comprensión más global o analítica de las informaciones que permite a las personas, organizaciones y países convertirlas en conocimiento y en la generación de nuevos productos y servicios. “

⁸ Psicólogo y uno de los autores más conocidos del movimiento humanista (junto a Abraham Maslow)

Abraham Maslow en su teoría *Jerarquía de las necesidades*, establece cinco niveles de necesidades, iniciando en las necesidades fisiológicas básicas, para luego pasar a las necesidades de seguridad, sociales, de estima o ego, y autorrealización. Con ello “postuló que la gente inicia su desarrollo con necesidades básicas (motivos) que no son perceptiblemente diferentes de la motivación animal. Conforme maduran y se satisfacen sus necesidades de orden inferior, las personas desarrollan motivaciones más exclusivamente humanas. Por tanto, la motivación cambia conforme ascendemos por una jerarquía de las necesidades, o motivos.” (Cloninger, 2003)

Para incentivar el desarrollo individual de quienes conforman la organización, se debe iniciar por preocuparse por ¿que los mueve? ¿Qué límites están buscando alcanzar?, se enlazan entonces los conceptos de motivación al desempeño e intereses que tienen las personas dentro de las organizaciones.

Para (Cloninger, 2003) “La motivación proporciona energía y dirección al comportamiento”. Chiavenato menciona que: “motivo es todo lo que impulsa a una persona a actuar de determinada manera o que da origen, por lo menos, a una tendencia concreta, a un comportamiento específico”. También agrega que “La motivación se relaciona con el sistema de cognición... la cognición representa lo que las personas saben acerca de sí mismas y del ambiente que las rodea. El sistema cognitivo de cada persona comprende sus valores, e influye en él su ambiente, físico y social, su estructura fisiológica, sus procesos fisiológicos, sus necesidades y sus experiencias anteriores”. El ser humano está llamado a la supervivencia, nacemos con un instinto de éxito y en ese camino la satisfacción de nuestras necesidades (al menos las básicas) es imprescindible.

Una empresa que actúa con inteligencia y consciencia sabe que motivar a su gente es importante; sabe que el ambiente que rodea a los colaboradores también lo es, pero también sabe, que conocer qué es lo que motiva a su gente es una herramienta de alto valor que le brinda la oportunidad de lograr cosas que la imposición no puede. Los gestores de talento humano deben ser estrategas en este sentido, pueden utilizar (dentro del marco de lo ético y correcto) *los motivos* de las personas para incentivar el aprovechamiento de todo su potencial. Ello beneficia no solo al colaborador sino también a la empresa...la empresa que trabaja con los talentos de su gente.

Si con las acciones de capacitación (sean estos cursos, pasantías, reuniones, etc.) se transgrede las necesidades del colaborador (se les quita horas de sueño, tiempo con su familia, entre otras.) automáticamente se sentirá insatisfecho y será más difícil que de ese acto de capacitación se genere aprendizaje; iniciará el proceso con una barrera, lo que nos lleva a pensar, *donde existe insatisfacción se esfuma la colaboración...*

Conocer los verdaderos intereses de la gente (sus planes de carrera personal, por ejemplo), puede permitir a los gestores de talento humano aprovechar esa

predisposición en beneficio de ambas partes. Cuantas empresas no requieren en algún momento una persona con cierto perfil para una área determinada, y da vueltas y busca fuera de la empresa ese talento, mientras la persona apropiada siempre estuvo allí... mata entonces la motivación interna y lo hace porque no se tomó el tiempo de conocer las necesidades y bondades de su gente. Luego se exige *que se pongan la camiseta por la empresa...* la colaboración definitivamente no será la misma, seguramente sí exista (porque la remuneración que brinda el empleo permite cubrir necesidades más básicas aún) pero será un acto de obligatoriedad, más, al inicio o al menos por un buen tiempo, no será por una autentica convicción en el actuar.

En este punto resulta interesante recordar una de las frases que suelen escucharse en el contexto ecuatoriano “nada es gratis en este mundo”; sin embargo, se han podido evidenciar casos en donde por ejemplo si la organización requiriera de personal para que apoye al departamento de talento humano o financiero u otro en un periodo determinado y existiera entre sus colaboradores alguien que se esté formando en esa área, sin pedir un centavo adicional daría su tiempo, por el simple hecho de aprovechar la oportunidad de aprender de esa área o poner en práctica lo que ya conoce o incluso por un contrato psicológico⁹ desarrollado. Es verdad el colaborador no lo hizo gratis, lo hizo porque tenía una motivación, pero para llegar a ese colaborar antes tendría que saber qué podría motivarlo o tendría que haber influido en él de tal manera que *quiera* colaborar (¿puede reconocer la importancia de conocer *las necesidades* de su gente?)

Considerar qué motiva a los colaboradores es tan importante, que inclusive podemos evitarnos crear colaboradores incompetentes (cumpliendo así el Principio de Peter¹⁰). Como cuando un jefe en base a su apreciación personal determina que un *excelente colaborador* merece un ascenso; un ascenso que tal vez no le interese al subalterno, y no precisamente porque carezca de ambiciones, podría tener otros motivos – otras necesidades ; y aprender es un acto de voluntad!...que la empresa invierta en algo así, puede llevarla a perder tiempo y dinero capacitando a alguien que realmente no lo desea, sin siquiera preguntarle, conduciéndolo tal vez a su nivel de incompetencia.

⁹ Contrato psicológico es el nombre que la psicología da a la parte implícita de una relación laboral. Está constituido por el conjunto de compromisos que el trabajador espera de la organización para la que trabaja, además de las explícitas, y viceversa.

¹⁰ También llamado principio de incompetencia de Peter. Afirma que los colaboradores que realizan bien su trabajo son promovidos hasta el punto que alcanzan su nivel de incompetencia, lo cual normalmente se lo representa con la frase: *la nata sube hasta que se corta.*

4. EFICACIA Y EFICIENCIA DE LA CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

Una de las analogías más precisas para definir eficacia y eficiencia es el uso de las palabras *Qué* y *Cómo*. Ser eficaz implica saber **QUE** y ser eficiente es hallar el mejor **COMO**.

Armar un plan de capacitación empresarial responde a este principio, se inicia por el **QUE**, qué acciones de capacitación se requieren (para lo cual será necesario realizar un levantamiento de necesidades de capacitación previamente) y luego, se planifica, implementa y evalúa a través del mejor **COMO** (cuyo apoyo fundamental es el plan y el cronograma de capacitación). Si este proceso fue realizado a conciencia, si en el levantamiento de las necesidades y estructura del plan se contemplaron los análisis organizacionales, de personas y de tareas para responder a las verdaderas necesidades de la organización y su gente, si conocemos las motivaciones de nuestro personal y contemplamos las estrategias para aprovecharlas, entonces podemos pretender que la capacitación sea efectiva, tenga impacto y de frutos como el desarrollo organizacional demostrado a través de la innovación.

Que las acciones de capacitación, brinden beneficios a ambas partes no es algo ineluctable; aunque no en un ciento por ciento, bien implementadas realmente pueden contribuir al desarrollo tanto individual como organizacional. Entre algunas de las bondades de la capacitación tenemos:

- Fortalece las competencias de los colaboradores.
- Proporciona confianza para el desempeño de las funciones.
- Mejora el concepto propio de los colaboradores.
- Sube el nivel de satisfacción con el puesto.
- Incrementa la productividad de la empresa y del colaborador.
- Contribuye al desarrollo de la carrera individual del colaborador.
- Mejora la toma de decisiones.
- Contribuye a la fluidez de la comunicación interna.
- Influye de forma positiva en el capital intelectual.
- Puede ser utilizado como instrumento motivador del personal.
- Mantiene actualizado al personal.
- Mejora la imagen y prestigio de la empresa.

CONCLUSIONES

La concepción sobre capacitación ha cambiado a lo largo del tiempo y hoy en día su impacto en la gestión empresarial es reconocida; pues entre sus beneficios más notables están el contribuir al desarrollo individual y organizacional, potenciar el capital intelectual y ser un elemento motivador para los colaboradores.

Hablar de capacitación, es hablar de un proceso educativo de corto plazo cuyo propósito fundamental es preparar a la persona para un puesto de trabajo; es decir, brindarle las herramientas necesarias para desempeñar a cabalidad sus funciones.

Se debe considerar que si bien una organización puede brindar capacitación a su gente, ello no es garantía de que en realidad se preocupen por ella. Pues para que la capacitación empresarial tenga un verdadero impacto, es primordial detectar las verdaderas necesidades no solo de la organización, sino también de su personal. Capacitar solo por “cumplir”, es una verdadera irresponsabilidad y pérdida de tiempo y recursos; un acto que difícilmente contribuirá a las metas organizacionales.

Conciliar los beneficios de la capacitación, tanto para la empresa como para el colaborador, no es algo ineluctable. Sin embargo sí precisa de laboriosidad y sobretodo compromiso. Por tanto, Empresa o colaborador, ¿quién se beneficia más?, la respuesta más acertada sería un “depende”, cuyos argumentos los podemos discutir de la lectura...

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alles, M. (2011). *5 Pasos para transformar una oficina de personal en un area de recursos humanos*. Buenos Aires: Granica.
- Almeida Ruiz, A. (2012). *Guia didáctica: Gestión del talento humano*. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.
- Chiavenato, I. (2007). *Administracion de Recursos Humanos. El capital humano de las organizaciones*. Mexico: McGRaw Hill.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos. El capital humano de las organizaciones*. Mexico: McGraw Hill.
- Cloninger, S. (2003). *Teorias de la personalidad*. Mexico: Pearson.
- Cobo, C., & Moravec, J. (2011). *Aprendizaje Invisible. Hacia una nueva ecología de la educación*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Etkin, J. (2006). *Gestion de la complejidad en las organizaciones. La estrategia frente a lo imprevisto y lo impensado*. Argentina: Granica.

La culpa es de la vaca. (2016, Julio 06). Retrieved from <http://www.laculpaesdelavaca.com/asamblea-en-la-carpinteria/>

Martínez Aldanondo, J. (2016, aGOSTO 01). *El suicidio de la gestión del conoCIMINETO.* Retrieved from La Catenaria: <file:///G:/PUBLICACIONES/LECTURAS/Suicidio.pdf>

Maxwell, J. C. (2012). *Capacitación 101. Lo que todo líder necesita saber.* Estados Unidos de América : Grupo Nelson .

Munch, L., Galicia, E., Jimenez , S., Pedronni, F., & Patiño , F. (2012). *Administración de instituciones educativas.* Mexico: Trillas.

Real Academia Española. (2016, Julio 20). *Real Academia Española.* Retrieved from www.rae.es

Universidad Nacional Autónoma de México. (2012, Mayo 30). *eBookinga.* Retrieved from <http://ebookinga.com/pdf/capacitaci-n-de-personal-fcasuacontadunammx-25173238.html>

034. ANÁLISIS DE LOS CAMBIOS GENERADOS EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE VENTAS FRIEDMAN.

Autores:

Julio Andrés Carranza Palma

Ing. Ingeniero en Administración de Empresas.

neyc.jarob@hotmail.com

Ángela María González Laucirica, MSc.

Máster en Gestión Turística. Coordinadora de publicaciones y docente de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador.

agonzalez@ecotec.edu.ec

RESUMEN

The Friedman Group es una empresa de consultoría y capacitación con 34 años de experiencia a nivel internacional, fundada por Harry Friedman en la década de los 70, el sistema de gestión de ventas realizada por la empresa consultora ha tenido éxito en varios países a nivel mundial. Marathon Sport al plantearse la expansión de sus establecimientos en el año 2012 adquiere el programa de gestión de ventas Friedman con el objetivo principal de obtener un mayor índice de ingresos basado en sus ventas; la estructura de venta y la metodología del programa lograrían establecer un mayor posicionamiento en el mercado al mejorar la relación entre asesor-cliente. El objetivo es analizar el asesoramiento y cambios generados por una empresa internacional que ofrece uno de los mejores procesos de ventas y que ha tenido éxito en varias compañías latinoamericanas para medir los cambios generados sobre el proceso de ventas de sus asesorados; obteniendo datos concluyentes sobre la forma en que se realizan las ventas y el cambio en relación al rendimiento de la empresa.

El sistema propuesto deberá determinar parámetros para establecer si la adquisición del programa Friedman marco beneficios significativos para la empresa, el análisis incluye profundizar sobre la aplicación del proceso junto con un detalle de los aspectos que marcan este programa de gestión de ventas en particular, tomando en cuenta no solo los factores cuantitativos sino que además abarcar el aspecto cualitativo con la perspectiva de los colaboradores del almacén Marathon Sport del Mall del Sol.

Palabras clave: metodología, Friedman, implementación.

INTRODUCCION

Friedman es sistema de gestión de ventas realizado por la empresa consultora The Friedman Group que ha tenido éxito en varios países en el Ecuador, Marathon Sport toma el programa desde el 2012 con el objetivo principal de incrementar sus ventas mejorando su calidad de servicio con los clientes.

Las empresas asesoradas por Friedman adquieren un modelo que abarca puntos específicos sobre cómo realizar la venta, son puntuales sobre cómo se genera el proceso desde que ingresa el cliente hasta después de realizar la venta. Un modelo de esta magnitud presenta herramientas para el proceso que enfatiza la relación con el cliente.

Sin embargo los parámetros por los cuales se realiza actualmente el análisis sobre los resultados del desarrollo del programa se basan específicamente en estadísticas relacionadas al rendimiento sobre ventas de cada almacén limitando el análisis a información cuantitativa que omite una serie de factores que también influyen en los resultados, por lo que; es necesario un análisis más profundo que abarque una serie de variables que afecten directamente en el análisis sobre los beneficios que se han obtenido con la implementación del programa en estos últimos 3 años, y de esta manera emitir conclusiones factibles que permitan a una correcta toma de decisiones para la empresa.

Actualmente en el año 2015 básicamente se generan conclusiones sobre el rendimiento de las ventas basados en el porcentaje de crecimiento realizado en años anteriores, existen factores externos a la empresa que están directamente relacionados e influyen significativamente sobre el índice de consumo de los clientes que no se incluyen en el análisis, lo que genera conclusiones erróneas basadas en información incompleta.

Factores externos directamente ligados al índice de ventas que puede generar la empresa, están principalmente las reformas arancelarias por parte del actual gobierno frente a las importaciones que elevan el vvp (valor de venta al público) que, al ser Marathon Sport una empresa que realiza la adquisición de sus productos mediante la compra de mercadería de las principales marcas internacionales afecta a todas las importaciones que realiza limitando los ingresos y elevando el precio.

Los aspectos mencionados anteriormente deben tenerse en cuenta durante el diseño del análisis. El sistema propuesto deberá determinar con mayor exactitud los parámetros para establecer si la adquisición del programa Friedman marco beneficios significativos para la empresa, el análisis incluye profundizar sobre la aplicación del proceso junto con un detalle de los aspectos que marcan este programa de gestión de ventas en particular.

Tomando en cuenta no solo los factores cuantitativos referente al incremento de las ventas o el margen de ganancia que obtuvo la empresa tras los últimos tres años, sino que además abarcar de tal medida el aspecto cualitativo; tomando en cuenta la perspectiva del cliente que adquiere hoy en día como resultado en un cambio en la forma de relacionarse con el cliente y la identidad que se brinda a la empresa por el cambio generado.

Actualmente la toma de decisiones en la compañía está basado principalmente por el análisis parcial con el objetivo de determinar si el programa obtuvo los resultados esperados, a partir de este análisis se tomaran las medidas para realizar un estudio e implementar otra fase del proyecto que abarca una inversión mayor por parte de la empresa, es por eso que el objeto de estudio debe presentar datos más exactos sobre los resultados porque el análisis tiene que ser visto abarcando aspectos relevantes para la empresa.

Al lograr profundizar en el análisis con los aspectos propuestos logramos obtener un nivel más amplio de información que permite una mejor retroalimentación y por lo tanto lograremos una mejor toma de decisiones. Otro objetivo importante sobre el estudio realizado es entender a plenitud el modelo de gestión de ventas Friedman y las causas de su éxito con su respectiva medida para impartir conocimiento sobre las nuevas tendencias sobre ventas y la forma de realizar negocios a fin de ser debidamente competitivos en nuestro mercado.

REVISIÓN TEÓRICA

Marathon Sport al plantearse la expansión de sus establecimientos en el año 2012 adquiere el programa de gestión de ventas Friedman con el objetivo principal de obtener un mayor índice de ingresos basado en sus ventas, a su vez el desarrollo del programa y los pasos que conlleva lograrían establecer un mayor posicionamiento en el mercado al mejorar la relación entre el asesor y cliente.

La forma de gestión de ventas que se desarrollaba en Marathon Sport se realizaba de una manera empírica basados mayormente en la experiencia de sus empleados, sin embargo hoy en día en el año 2015 a 3 años desde que se formuló el proyecto Friedman todavía no se brinda en primera instancia un análisis cuantitativo y cualitativo sobre los cambios que se han generado, si nos basamos netamente en el índice de ventas por periodos como se lo ha estado realizando desde la implementación de proyecto, no se obtendrán datos concluyentes puesto que al no tomar en cuenta factores externos como los cambios arancelarios sobre las importaciones ni la participación en el mercado realmente no se podría obtener una correcta retroalimentación sobre si la obtención de programa fue una inversión con beneficios significativos; a nivel interno también influyen factores relevantes como por el ejemplo si la gestión está siendo desarrollada de acuerdo a los estándares establecidos por sus subordinados y no en base a la experiencia o manera empírica como se lo realizó en tiempos anteriores.

Conceptualización actual de las empresas

Hoy en día el desarrollo administrativo y gerencial de las empresas involucra de varias maneras la participación de empresas externas así llamadas consultoras para incrementar y posteriormente evaluar el cumplimiento de los objetivos propuestos de acuerdo a las especificaciones asignadas a cada proceso.

Para realizar un breve énfasis sobre el concepto que se maneja hoy en día sobre lo que significa una empresa y los fines de esta se muestran enmarcadas desde diferentes perspectivas una base similar; por citar algunos ejemplos están:

Ricardo Romero, autor del libro "Marketing", define la empresa como "el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela" (Romero, pág. 9)

Julio García y Cristóbal Casanueva, autores del libro "Prácticas de la Gestión Empresarial", definen la empresa como una "entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados" (Casanueva, pág. 3)

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define a la empresa como una "unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad" (S.A., pág. 110)

Utilizando estos conceptos se determina que una empresa se conforma específicamente con recursos humanos, materiales y financieros para satisfacer una necesidad existente en la sociedad y de esta manera lograr las metas propuestas.

De igual forma se genera en un concepto más generalizado sobre la estructura y los recursos que poseen todas las empresas más allá de los objetivos que cada una se plantea y las actividades que pueda desarrollar; como por ejemplo actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios. El objetivo de promover un concepto más amplio es enfatizar que todas las empresas representan una misma

estructura mientras que las metas y objetivos de cada empresa pueden variar más allá de que la mayoría se conforman con fines lucrativos.

Una vez que se asigna un concepto general que englobe a todas las empresas, específicamente nos encaminaremos a las empresas que se conforman con el objetivo de obtener un beneficio económico al final de cada ejercicio contable y de la relación que tienen estos directamente con las ventas que se logran desarrollar y que es realmente el principal proveedor de ingresos de las empresas por no decir el único dependiendo de la actividad que realicen.

“Es cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal, se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero. Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados.” (Heller, 2014)

Con respecto a los objetivos de la empresa en el libro administración financiera de Van Horne expresa muy claramente sobre la posición de los accionistas y el motivo por el cual se integran la mayoría de empresas; “el objetivo de la empresa es acrecentar al máximo los valores de los accionistas. El valor está representado por el precio de mercado de las acciones comunes de la empresa, el cual, a su vez, es un reflejo de las decisiones de ella, relacionadas a la inversión, el financiamiento y los dividendos. La idea de adquirir activos, cuyo rendimiento esperado supere su costo, para financiar con estos instrumentos, donde hay ventajas especiales, u otros y adoptar una política de dividendos significativa para la empresa” (Horne)

Definición e importancia de los ingresos en la empresa

Existen diversos conceptos sobre lo que se considera un ingreso en la empresa muchas veces generalizando esta definición de manera errónea sin embargo existen conceptos que generan una aportación detallada sobre lo que significa un ingreso para las empresas, por ejemplo:

“Valor de las ventas o cifra de negocios. El ingreso total de la empresa de un determinado período de tiempo se obtiene multiplicando la cantidad de producto vendida por su precio, en el caso de la producción simple, y sumando los ingresos producidos por los diferentes productos, en el caso de la producción conjunta o compuesta. Aunque los clientes que compraron la mercancía no hayan pagado, porque la venta ha sido efectuada a crédito, el ingreso ya ha sido devengado y se computa o contabiliza del mismo modo que si la venta hubiera sido efectuada al contado”. (economía, 2009)

Bajo este amplio concepto se emite una estimación sobre las aportaciones que se consideran ingresos en una empresa generando una idea más allá del tipo de cálculo empleado para determinar valores se detalla el hecho que cualquier tipo de ingreso generado por una venta representa un margen de ganancia para la compañía, independientemente de la forma de pago que se realice.

A continuación, una breve reseña sobre la relación que tienen las ventas junto con un modelo de negocios para generar ingresos.

“Para terminar de visualizar tu modelo de negocio es preciso que definamos tanto la estructura de ingresos, como la de costes. Respecto la primera, retrata las fuentes a través de las cuales obtenemos ingresos, asegurando la sostenibilidad del modelo” (Macias, 2011)

“la venta es la relación de intercambio que se establece en el mercado entre un comprador, que adquiere un producto o servicio para satisfacer una necesidad, y un vendedor, que lo pone a su disposición a cambio de un precio con el que se intenta

cubrir sus objetivos comerciales” (Ventas, 2011) Biblioteca empresarial Deusto Ventas.

“Es el proceso mediante el cual dos, o más partes, se reúnen para discutir o establecer un contrato, definir las pautas de una relación laboral, comprar o vender un producto o servicio, resolver diferencias, establecer costos, estructurar un plan de trabajo, formular un cronograma, entre otras actividades” (Bellanire, 2014)

En este concepto de venta se enfatiza sobre la relación que produce el intercambio de bienes o servicios sobre los participantes que son el cliente, el vendedor y la empresa; los tres con objetivos específicos, existe el cliente quiere satisfacer una necesidad y el vendedor que tiene metas que cumplir por los objetivos que le asigna la empresa la cual establece el rendimiento necesario para cumplir sus objetivos.

La razón principal de citar este tipo de información es para profundizar sobre las interacciones y objetivos que generan cada uno de los participantes realizando así un intercambio de recursos que dan lugar al proceso de venta independientemente del tipo de gestión que se realice por parte de los involucrados.

Existen otro tipo de textos que también puntualizan la importancia sobre el tipo de relación y el intercambio que se genera sobre el vendedor que ofrece sus productos en un mercado con el objetivo de recibir dinero; este a su vez propone un precio al comprador que asimila que el producto satisface sus necesidades y por lo tanto acepta el precio del mercado cumpliendo así el proceso de venta que se genera regularmente.

“Una necesidad es la sensación de carencia. El deseo de satisfacerla provoca una tensión que puede derivar en la adquisición de un producto o servicio” (Ventas, 2011) Biblioteca empresarial Deusto Ventas.

“las necesidades del comprador están determinadas por su entorno socio económico, sus hábitos de compra, su poder adquisitivo y por otros condicionantes muy variados. La forma de satisfacer necesidades se modifica según evolucionan los gustos y preferencias de los compradores a lo largo de su vida personal o empresarial” (Ventas, 2011) Biblioteca empresarial Deusto Ventas.

Se puede observar un claro concepto sobre lo que significa una necesidad y lo cambiante que esta puede ser de acuerdo a una serie de factores relevantes para el cliente estableciendo así la relación que el cliente adquiere con el producto.

A continuación, la relación que se genera sobre el vendedor con el producto y sus objetivos se pueden resumir con la siguiente manera:

“El vendedor, como parte del intercambio, también busca satisfacer sus necesidades con los ingresos que recibe por la venta de sus productos o la prestación de sus servicios” (Ventas, 2011) Biblioteca empresarial Deusto Ventas.

Evolución de las ventas

Ahora la relación que tiene la empresa y las ventas abarca un concepto mucho más amplio según la perspectiva en la que se proyecta “en la actividad empresarial, existen dos formas de enfocar la venta de los productos o servicios, que, si bien persiguen los mismos objetivos, difieren en la forma de alcanzarlos. Esto permite hablar de empresas orientadas a la producción frente a empresas orientadas al cliente”.

“las primeras empresas en aparecer fueron empresas orientadas a la producción, porque el mercado al que se dirigían sus productos se caracterizaba por el exceso de demanda sobre la oferta existente. (Ventas, 2011)Biblioteca empresarial Deusto Ventas.

Esta reseña nos muestra las circunstancias en las cuales se asentaron o se dieron las primeras formas de direccionar una empresa basado en las ventas, un mercado que

no poseía suficiente competencia, pero si un gran índice de demanda, provocaba que las empresas se fijaran solamente en la capacidad productiva puesto que por cómo las facilidades que se obtenían en un mercado las ventas donde la competencia era escasa, las ventas estaban aseguradas.

“Recordemos de la mano de Manning&Reece (1997) algo de historia. Hasta 1950, aproximadamente, los vendedores han sido gentes insertas en un sistema de predominio de la producción y del producto sobre cualquier otra consideración. Es la época de los buhoneros. No es que se mala época; el primer manual de ventas se editó a finales del siglo XIX y se debe a un buhonero de NCR” “Es la época en que hay que vender lo que la fábrica ha decidido producir. La venta es principalmente un ramillete de tácticas persuasivas.” (Castells) Manuel Artal Castells dirección de ventas.

“las empresas orientadas a la producción se centran en la obtención del mayor volumen de producción posible, dejando en un segundo plano el análisis de las necesidades y los cambios que se producen en el mercado” “en esta situación la competencia es escasa, y la venta se reduce a la distribución” (Castells)

Sin embargo, el desarrollo del mercado otorga una mayor competencia lo que recurre en nuevas ofertas y los clientes potenciales obtienen el poder de escoger el producto que llene sus expectativas, de esta manera se vuelven más exigentes por el grado de oferta existente.

La edad del marketing empieza en la década de los cincuenta cuando un grupo limitado de empresarios descubren la importancia de investigar al cliente y sus orientaciones, en esta época el vendedor empieza a ajustarse a esta necesidad de informarse más sobre el cliente tipo de cliente que maneja.

Para la década de los sesenta y setenta se comienza a realizar una organización de mercado siendo así segmentado; en consecuencia, los clientes buscan más ayuda por parte de los vendedores y estos a su vez con el apoyo de la empresa se capacitan en mayor medida.

“En la década de los ochenta aparecen claramente los nichos de mercado, se necesita una organización sofisticada, el plan de marketing y de ventas irrumpen en la realidad empresarial. Es la era de las estrategias. Miller y Heiman escriben “la venta estratégica”. Por supuesto, las tácticas se afinan más y más, pero la persuasión se ve con cierto recelo y las técnicas de comunicación, negociación y el concepto de asertividad cobran la máxima importancia. A finales de la década se desarrollan técnicas especialmente como la venta adaptativa de Weitz, la directa de Bird, la creativa de Kossen, el uso creciente del teléfono, la tele tienda, el multinivel.” (Castells) Para los años noventa se implementa una nueva tendencia por parte de las empresas, relacionando más a los consumidores con la empresa se comienza a hablar de nuestros socios los compradores. Palabras en inglés como partner se vuelve más común junto con nuevos términos “gano-ganas” o la “doble ganancia”, conceptos anteriormente implementados por Miller y Heiman en la década anterior, esto significaba una filosofía de negociación en donde ambas partes encontrarán un beneficio mutuo que promoviera ventas futuras. Llegando a convertirse en la época de la profesionalización, de su especialización, y de la automatización informativa: la venta virtual de Siebel ha llegado, y también la calidad total y el comercio electrónico que busca la personalización de los clientes y el contacto directo productor-consumidor a bajo coste.

“En los primeros años del tercer milenio estamos asintiendo lo que ya se preveía: crecimiento de la informática, del uso comercial de la red, de mayores aplicaciones de la psicología, sociología y el derecho, fortalecimiento de la protección de los

consumidores, mayor interés por la ética en el ámbito comercial". (Castells) Manuel Artal Castells dirección de ventas

Es así como se va desarrollando otro tipo de enfoque que se centra más en las necesidades del cliente para obtener una ventaja competitiva frente a la oferta existente.

Dirección de las ventas en la actualidad

"En los últimos años, el aumento de la demanda provocado por la mejor del nivel de vida dio lugar en muchos casos a un incremento más importante todavía de la oferta. Ello desembocó en algunos casos en crisis de producción". "Para evitar esta situación las empresas se han visto obligadas a orientar su actividad en función de las necesidades de sus clientes. Esta son cada vez más diversificadas, por lo que los productos de las empresas se han de adecuar perfectamente a dichas necesidades" (Ventas, 2011) Biblioteca empresarial Deusto Ventas

Es así como el enfoque de estos últimos años se concentra en la el cliente se ve un estudio más estructurado sobre las necesidades existentes en el mercado y de los consumidores y con este análisis se producen productos o se perfeccionan los ya existentes.

"En un mercado dinámico, con una oferta de productos variada y superior a la demanda, las empresas no pueden pensar exclusivamente en el volumen de producción, pues no tienen la garantía de que los clientes potenciales compren sus productos, ya que pueden cubrir sus necesidades con productos de la competencia. Entonces de esta manera se logra realizar una pequeña reseña sobre cómo ha ido evolucionando el enfoque que tienen las empresas y la relación que se genera con el cliente o como lo resume Churchill, Ford y Walker (1994), "los programas de dirección de ventas no existen en un vacío; deben responder a las circunstancias ambientales de la empresa, y ser coherentes con las estrategias de marketing, con las más buenas prácticas para dirigir una fuerza de ventas efectivas" (Churchill, 1994)

"Cada vez es más importante para las empresas tener en cuenta la voz del mercado, es decir, lo que quieren los clientes y están dispuestos a pagar. Tener en cuenta la voz del mercado va mucho más allá de la mera obtención de datos. Exige que los datos se integren en el proceso de decisión que determina lo que la empresa es capaz y está dispuesta presentar al mercado (Zaltman, 2010)" "La voz del mercado Vincent P. Barabba-Gerald Zaltman

En resumen se proyecta una dirección de ventas en un análisis realizado sobre los factores relevantes en el entorno donde se desarrolla el cliente porque se basan en aquellos aspectos importantes para los consumidores, tener clara información sobre las necesidades de los consumidores y el cómo satisfacerlas es lo que brinda una ventaja competitiva sobre la competencia. "La ventaja competitiva es a través del uso creativo de la información del mercado." (Zaltman, 2010) La voz del mercado Vincent P. Barabba-Gerald Zaltman

Una vez ilustrado y rediseñado bajo diversos conceptos sobre la relación entre el cliente, la empresa y el vendedor se tiene una clara visión sobre cómo está encaminado actualmente la dirección sobre las nuevas tendencias del marketing y la toma de decisiones en la empresa.

De esta forma podemos establecer un concepto más amplio al profundizar en el tipo de gestión que se han ido modificando desde varias décadas atrás hasta los conceptos e importancia que se le da al proceso de venta hoy en día.

METODOLOGÍA

El presente estudio analiza los cambios generados a partir de la adquisición del programa Friedman basándose en la tasa de crecimiento generado en los últimos años y la información cualitativa relevante que se puede obtener a nivel interno de la compañía; es por precisamente que el estudio se desarrolla de la siguiente manera:

Tasa de crecimiento anual

Mediante el análisis de los datos relacionado a las ventas de la compañía se estima el comportamiento o tendencia que desarrolla la misma como resultado de las capacitaciones realizadas para gestionar las ventas proporcionando información sobre el rendimiento de los últimos años.

Comparando estos resultados con los años anteriores se establece una guía sobre los cambios generados en la empresa.

Entrevistas

“El concepto de entrevista hace referencia a la comunicación que se constituye entre el entrevistador y el entrevistado. En ambos casos pueden ser más de una persona. El objetivo de dicha comunicación es obtener cierta información, ya sea de tipo personal o no”.

El estudio proyecta un análisis tomando en cuenta las opiniones y criterios emitidos por los relacionados en el proceso de adaptación del sistema Friedman; es por eso que se desarrolla una serie de preguntas al gerente de la tienda ya que el aporte basado en su conocimiento y experiencia en el área proporcionan una visión más concisa sobre los efectos generados en la tienda.

Encuestas

“Las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo” (Juan Gutierrez Trespalacios, 2005)

“Como encuesta se denomina una técnica de recogida de datos para la investigación social. La palabra proviene del francés enquête, que significa ‘investigación’.

Como tal, una encuesta está constituida por una serie de preguntas que están dirigidas a una porción representativa de una población, y tiene como finalidad averiguar estados de opinión, actitudes o comportamientos de las personas ante asuntos específicos” (www.significados.com, 2014).

Otra parte importante del proceso del análisis cualitativo es el personal que realiza el proceso de ventas día a día, su valorización y perspectiva ofrecen un criterio más amplio sobre el tipo de impacto generado después de la adquisición del programa; El análisis que se plantea y que caracteriza a otro tipo de análisis empleado anteriormente es el uso de las encuestas al personal de ventas para emitir conclusiones que no se pueden determinar usando las herramientas proporcionadas en un análisis basado solamente en el rendimiento de las ventas, es así que mediante el desarrollo de encuesta se establecen criterios sobre el ambiente laboral de la compañía, opiniones detalladas sobre el uso del programa y si es el caso proporcionar

una idea factible sobre si existe una resistencia al aplicar el proceso de ventas junto con sus razones.

Muestra

“El tamaño de la muestra es el número de observaciones utilizadas para el cálculo de las estimaciones de una población dada. Antes de que los estudios clínicos o las encuestas se tomen, los estadísticos suelen determinar cuántas personas, o qué tamaño de muestra, debería ser suficiente para obtener resultados concluyentes. Diferentes fórmulas ayudan a determinar este número, representado por "n", dependiendo del tipo de estimador necesario” (ehowenespanol.com, 2015).

La muestra de la encuesta se emplea a todo el personal de ventas de la empresa o colaboradores capacitándose para adquirir el puesto en la actualidad; la población total para desarrollar la encuesta consta con un número total de 10 asesores por lo que en la encuesta se involucrara el total de la población con el objetivo de emitir criterios generados por todos los participantes del programa en la tienda.

Situación de mercado actual

El presente análisis también involucra una serie de variables que no se desarrollan a nivel de tienda; un análisis más amplio comprende incluir puntos relevantes como la situación del mercado en la actualidad y los efectos que se desarrollan al tener en cuenta que la emisión de nuevas leyes también afectan en cierta medida al rendimiento del almacén, esto a su vez involucra un breve análisis sobre las estrategias empleadas a nivel de compañía y de almacén aportando con información importante sobre la realidad con que se ejecutan las diversas estrategias para cumplir los objetivos propuestos

Mecanismo de despliegue del método de Friedman

La metodología de Friedman se gestiona a partir de un amplio estudio de la empresa en donde se adapta un modelo de proceso de venta que parte de puntos bastante característicos por parte de Harry J. Friedman. Se toman en cuenta las bases ya mencionadas en su best seller “No gracias solo estoy mirando” y se lo establece a través de un proceso bastante específico en el desarrollo de la venta, enfatizando puntos importantes en cualquier proceso de venta como: acercarse al cliente, investigarlo y posteriormente ofrecerle los productos y servicios que requiere.

Para profundizar un poco más sobre las principales características que existen sobre el proceso de venta empezaremos desde cómo se proyecta el vendedor con relación a cliente ya en el punto de venta.

El entrenamiento y la serie de capacitaciones que desarrolla Friedman las cuales son estratégicamente planeadas para ofrecer una retroalimentación por parte de sus empleados por periodos de tiempo tanto semanales, mensuales y trimestrales; abarca en sí mismo una estructura sumamente específica sobre el tipo de servicio que se quiere brindar otorgando así una serie de ejercicios, roll plays y reconocimientos de producto que buscan coordinar las acciones de sus vendedores para beneficio de sus clientes partiendo desde la primicia de reconocer sus necesidades.

En otras palabras, el proceso de Friedman inicia desde una misma filosofía la cual es conocer al cliente para ofrecerle lo mejor; es por eso que el principal punto entre los primeros pasos que se debe realizar como vendedor los cuales al estar capacitados

se convierten en asesores, es la investigación, saber el principal motivo por el cual el cliente llega al punto de venta permite tener una visión más profunda sobre las necesidades que este tiene, cumpliendo así sus expectativas.

Las capacitaciones enmarcan la necesidad que tiene el asesor por descubrir lo que el cliente necesita, pero al mismo tiempo enfatizan el principal objetivo de establecer una relación con el cliente a fin de obtener la información relevante para ofrecer un determinado producto o servicio.

Es por eso que al principio de una capacitación Friedman se debe aprender a romper el hielo con el cliente los cuales entran a la tienda con cierto nivel de resistencia por lo cual el asesor debe establecer una comunicación asertiva usando frases de apertura creíbles a fin de relacionarse positivamente con el cliente y de esta manera obtener información de importancia para satisfacer sus necesidades cumpliendo así sus expectativas.

Esta base es el punto fuerte de un asesor que usa este proceso de venta y lo que distingue a Friedman de un vendedor que no está capacitado, realizando su venta de manera empírica lo primero que hace es ofrecer un producto sin tener bases sobre lo que el cliente desea como resultado proporciona información que puede o no ser relevante para el cliente disminuyendo así las probabilidades de venta.

Después de una correcta investigación sigue el proporcionar el producto adecuado; en esta fase de la capacitación se reconoce la vital importancia que debe poseer el asesor sobre las diversas características y beneficios que tiene cada uno de sus productos o servicios y en base a lo investigado ofrecerlos de una manera atractiva. Otro objetivo de la investigación es incrementar la venta, al obtener un amplio conocimiento de las necesidades y de los productos dispuestos permite ofrecer productos adicionales que pueden complementar la satisfacción de una necesidad o crear otra.

Distinguir, evaluar y comparar cada uno de los artículos de la tienda proporcionan una herramienta invaluable para el asesor ya que; consiente de las prioridades que tiene el cliente que pueden ser principalmente económico sentimental o por beneficio el asesor debe ofrecerlos de tal manera que este pueda distinguir entre cada una de ellas y de esta manera debidamente informado realizar su elección.

El modelo de proceso de venta de Friedman y sus capacitaciones hacen hincapié sobre la importancia de reconocimiento de producto y tiene una serie de herramientas prácticas sobre como ofrecerlos partiendo desde sus características y como pueden ser atractivos para el cliente motivando la compra.

El servicio post venta también es esencial ya que realza el trabajo realizado por establecer una relación con el cliente y enfatiza que la decisión del cliente siempre es la mejor dejando una apertura para futuras ventas.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

El análisis de esta investigación busca abarcar varios puntos relevantes para obtener datos determinantes sobre el cambio que mantuvo la empresa marathon sport con el asesoramiento de la consultora Friedman, es por eso que realizará un análisis desde varias perspectivas tanto cuantitativamente relacionando el rendimiento de las ventas y de forma cualitativa tomando en cuenta el punto de vista de los empleados y clientes del almacén su vez necesarios para concluir si la calidad de gestión de ventas fue mejorando al punto esperado en el proyecto.

Es recomendable la combinación del esquema de evaluación mida ambos aspectos para fijar el rendimientos del programa ya que no se puede realizar un criterio basado

solo en el rendimiento de las ventas; si el enfoque fuera estrictamente cuantitativo se pierde la perspectiva total del programa ya que las ventas se estarían concentrando en determinados ciclos o temporadas donde los clientes compran más en lugar de que la empresa venda su productos por otro lado si el enfoque se realiza netamente en calidad de resultado los más probable es que se pierda la proyección de los resultados del negocio.

Análisis de los indicadores cuantitativos

Reporte de ventas

La tendencia en la compañía siempre fue la expansión de sus almacenes a través de reconocidos centros comerciales en el país, son pocos los centros comerciales los cuales no cuenten con una tienda de marathon es por eso que el crecimiento de volúmenes de venta es necesario, se decidió incluir datos estadísticos como visión general de la empresa desde el 2010 puesto que el programa fue implementado a partir del 2012 era necesario aportar datos sobre la tendencia de la compañía más allá de la reseña que se explicó anteriormente.

De igual manera el análisis se centra en determinados ciclos de los años siguientes; es decir que de manera puntual se explora el impacto generado a través de medidas gubernamentales, específicamente las salvaguardias y no solo para la empresa sino también para el mercado en el que se desarrolla, mostrando así la tendencia del consumidor respecto a las medidas empleadas.

Tabla 1 tabla de porcentaje crecimiento anual

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ENERO	10,0%	16,0%	3,0%	-9,0%	16,0%	11,5%
FEBRERO	0,5%	18,0%	8,0%	1,0%	-9,0%	17,2%
MARZO	0,7%	18,0%	9,0%	19,0%	-1,0%	-3,5%
ABRIL	13,0%	41,0%	7,0%	13,0%	-5,0%	8,8%
MAYO	26,0%	21,0%	-12,0%	18,0%	24,0%	-9,4%
JUNIO	18,0%	13,0%	4,0%	8,0%	63,0%	-42,3%
JULIO	26,0%	17,0%	-2,0%	-3,0%	-8,0%	24,0%
AGOSTO	21,0%	6,0%	1,0%	9,0%	5,0%	0,3%
SEPTIEMBRE	4,0%	29,0%	-2,0%	5,0%	6,0%	
OCTUBRE	11,0%	35,0%	-14,0%	18,0%	-1,0%	
NOVIEMBRE	24,0%	11,0%	26,0%	10,0%	30,0%	
TOTAL	16,0%	2,0%	12,0%	6,0%	1,0%	

Tabla: Elaboración propia

En la anterior tabla grafico se proporcionan datos sobre la tasa de crecimiento de las ventas en relación al año anterior desde el 2010; es decir que en enero del 2010 en relación al 2009 la tasa de crecimiento fue del 10% y del 2011 comparado al 2010 fue del 16%.

Es preciso aclarar que por acuerdos previos con la empresa los datos proporcionados solo se presentaran por porcentajes a fin de proteger la confidencialidad del almacén, pero para objeto de nuestro estudio estos datos son precisos y concluyentes a la hora de realizar el análisis

Sin embargo a la hora de diagnosticar es preciso informar que al igual que muchas otras empresas Marathon también maneja ciclos de venta es decir que las metas cuando se compara un mes a otro puede variar (según las fechas en donde aumenta la demanda) drásticamente, es por eso que a pesar de que los porcentajes nos permiten relacionar datos de una manera más general existen variaciones importantes con las metas de un mes con otro por lo tanto si bien es cierto existen años en donde se ven un crecimiento constante como en el 2012, por los volúmenes de venta si existen picos en el rendimiento en meses clave que pueden aumentar deliberadamente el rendimiento total anual, un ejemplo de esto es el año 2010 con el 2011.

Otro punto a tomar en cuenta es que no se estudiará el mes de diciembre debido a dos grandes motivos, las metas planteadas en el almacén por el movimiento que se da en el mercado debido las festividades es mucho mayor por lo tanto no tendría concordancia compararlo con el índice de los meses anteriores.

Finalmente, ya que el estudio se centra sobre el desarrollo del programa Friedman y su proceso de venta no se obtendrían datos precisos ya que la demanda del mercado es mucho mayor y el proceso de venta no se da completamente, el mes de diciembre es un mes que por que diversos factores como la demanda en si del mercado y la serie de promociones facilitan la venta reduciendo su gestión.

Ilustración 1 porcentaje de crecimiento anual

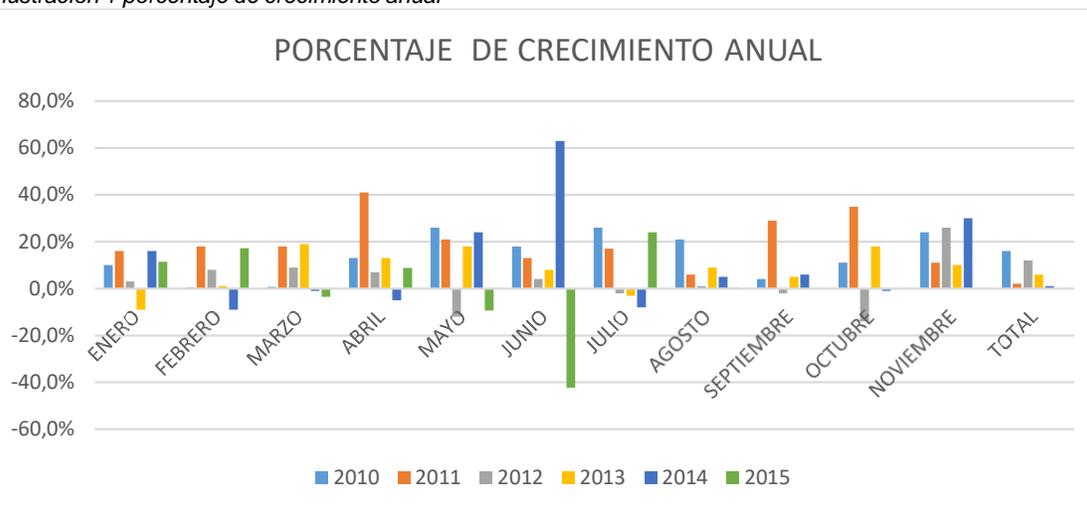


Gráfico: Elaboración propia

Diferencia de tasa de crecimiento entre los años de implementación del proyecto Friedman

La implementación del proyecto Friedman se dio desde el 2012 por lo tanto el primer análisis se centra en los años anteriores y siguientes para comparar la tasa de crecimiento que se da en el almacén; para empezar es preciso tomar como primer punto que el almacén siempre estuvo en constante crecimiento de mayor o en menor medida los siguientes años; sin embargo su mayor tasa de crecimiento en relación al año anterior fue en el 2010 con un 16% y en el mismo año en que se implementa el programa Friedman las ventas aumentan un 12% aunque el crecimiento en los años siguientes se da en menor medida con un 6% y 1%.

Tabla 2 tasa de crecimiento 2010, 2011 y 2012

	2010	2011	2012
ENERO	10,0%	16,0%	3,0%
FEBRERO	0,5%	18,0%	8,0%
MARZO	0,7%	18,0%	9,0%
ABRIL	13,0%	41,0%	7,0%
MAYO	26,0%	21,0%	-12,0%
JUNIO	18,0%	13,0%	4,0%
JULIO	26,0%	17,0%	-2,0%
AGOSTO	21,0%	6,0%	1,0%
SEPTIEMBRE	4,0%	29,0%	-2,0%
OCTUBRE	11,0%	35,0%	-14,0%
NOVIEMBRE	24,0%	11,0%	26,0%
TOTAL	16,0%	2,0%	12,0%

Tabla: Elaboración propia

Ilustración 2 Tasa de crecimiento 2010, 2011 y 2014

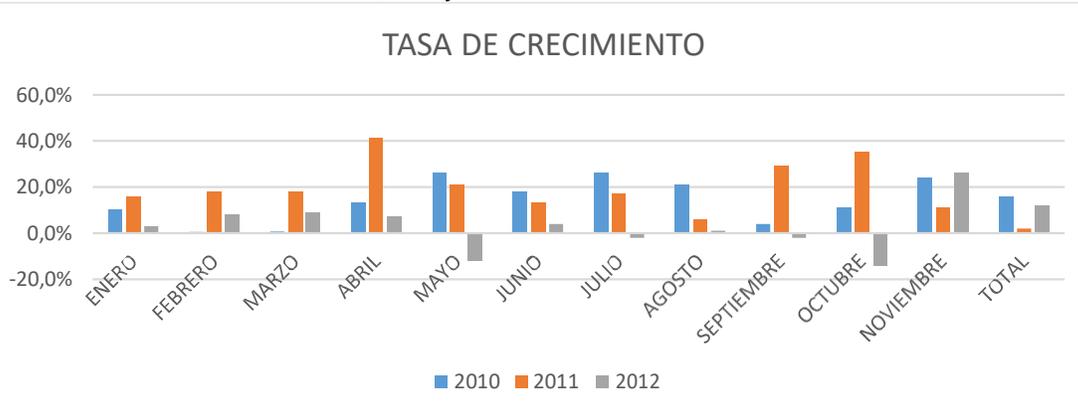


Gráfico: Elaboración propia

Es preciso aclarar que para el año 2010 la economía del país pasaba por un buen momento con el precio internacional del barril del petróleo subiendo después de caer en el 2009 el consumo se vio favorecido, pero lo más importante marathón sport al ser una empresa de artículos deportivos encontró el mayor provecho a la serie de patrocinios y promociones del mundial Sudáfrica 2010 es por eso que el pico en el crecimiento de ese año se da en los meses previos y consiguientes al mundial (mayo junio y julio), una forma de confirmar esto es relacionándolo con el año siguiente (2012) en donde si se comparan los demás meses se ve que el crecimiento es uniforme e inclusive mayor (enero febrero marzo abril septiembre y octubre).

GRAFICOS REVISTA EKOS PRECIO DEL PETROLEO WTI Y CRUDO ECUADOR

Ilustración 3 precios del petróleo WTI y crudo Ecuador

Ilustración 4 precios del petróleo WTI y crudo Ecuador



En el año siguiente (2013) se encuentra un crecimiento en una menor proporción de hecho se observan decremento en ciertos meses (enero y julio) en donde por lo general son los meses o temporadas de venta más bajas, pero lo más importante es el año siguiente de la implementación de programa Friedman por lo que si el estudio solo se limitara a estos datos podríamos indicar que el programa no proporciono el rendimiento esperado la economía del país si bien es cierto no era la más óptima como años anteriores era estable.

En la practica el manejo de las tiendas y sus ventas se ven influenciadas por numerosos factores que no se ven reflejado en datos es decir; variables importantes como rotación de personal y un recorte en las horas extras indican claramente menos personal al servicio del cliente pero no se puede dar un estimación concreta bajo qué medida pueden afectar el rendimiento de las ventas, solo que puntualizar que existe la posibilidad que este sea uno de los agravantes para el proceso (al menos a nivel de tienda)ya que la rotación del personal indican un proceso nuevo de adaptación y capacitación interfiriendo con resultados y estadísticas posteriores.

El año 2014 muestran resultados similares; un crecimiento escaso con varios meses en decrecimiento y a pesar de que el mercado fue favorable en el mes de junio (mundial Brasil 2014) con un crecimiento del 63% la tasa total de crecimiento anual fue solo del 1%

Tabla 3 Tasa de crecimiento anual 2013, 2014 y 2015

	2013	2014
ENERO	-9,0%	16,0%
FEBRERO	1,0%	-9,0%
MARZO	19,0%	-1,0%
ABRIL	13,0%	-5,0%
MAYO	18,0%	24,0%
JUNIO	8,0%	63,0%
JULIO	-3,0%	-8,0%
AGOSTO	9,0%	5,0%
SEPTIEMBRE	5,0%	6,0%
OCTUBRE	18,0%	-1,0%
NOVIEMBRE	10,0%	30,0%
TOTAL	6,0%	1,0%

Tabla: Elaboración propia.

Ilustración 5 Tasa de crecimiento anual 2013, 2014 y 2015

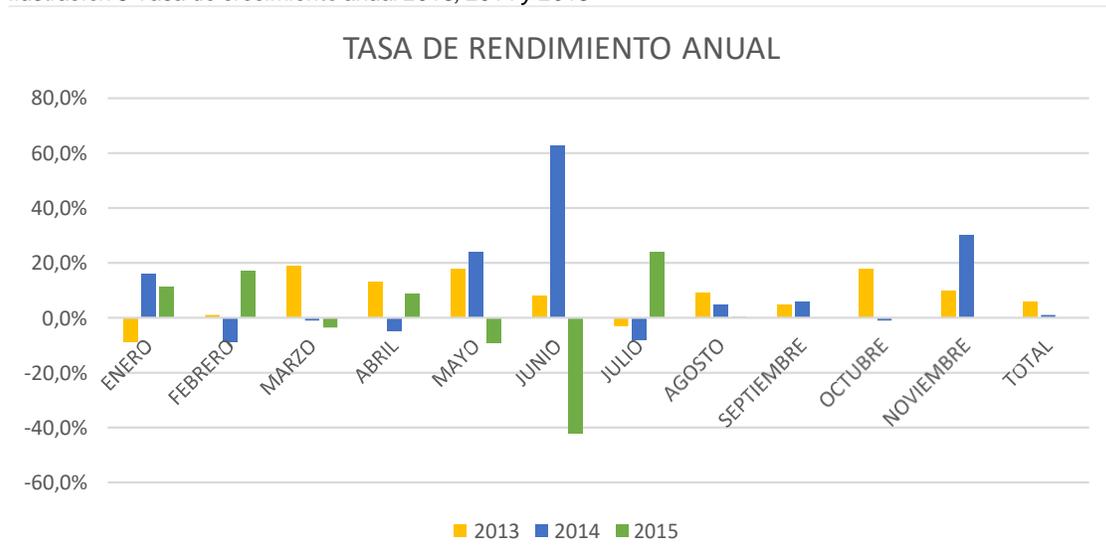


Gráfico: Elaboración propia.

Al comparar la tasa de crecimiento podemos notar a primera vista que los resultados no son como los esperados más allá de las del hecho que hubieron marcadas diferencias entre un año y otro eh inclusive en un mes con otro dejando una tasa de crecimiento en escala descendente aunque por otra parte y a tomar en cuenta el número de empleados en la tienda no aumento de hecho hubo rotación de personal después del 2012 otro factor si bien es cierto no es determinante pero si agravante es el hecho de que la economía del país ya estaba asumiendo un estado de recesión con una baja de petróleo, el nivel de consumo si bien es cierto no bajo significativamente si lo hizo de tal manera que influye en el consumidor.

Ilustración 6 porcentaje de crecimiento total del 2010 al 2015

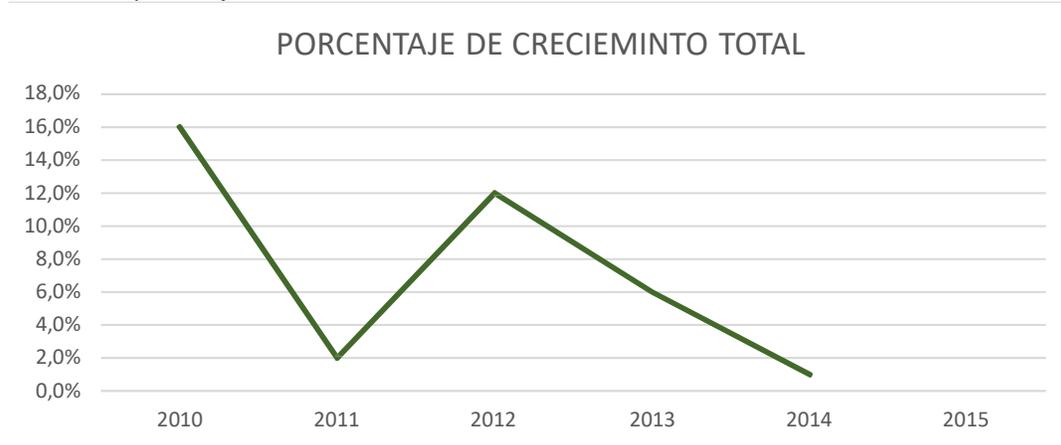


Gráfico: Elaboración propia.

De igual manera si se toma el año 2012 como año base para medir la relación de crecimiento con este año el grafico es similar

Tabla 4 tasa de crecimiento cambio de base 2012

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
BASE 2012	133%	16%	100%	50%	8,33%

Tabla: Elaboración propia.

Ilustración 7 tasa de crecimiento cambio de base 2012

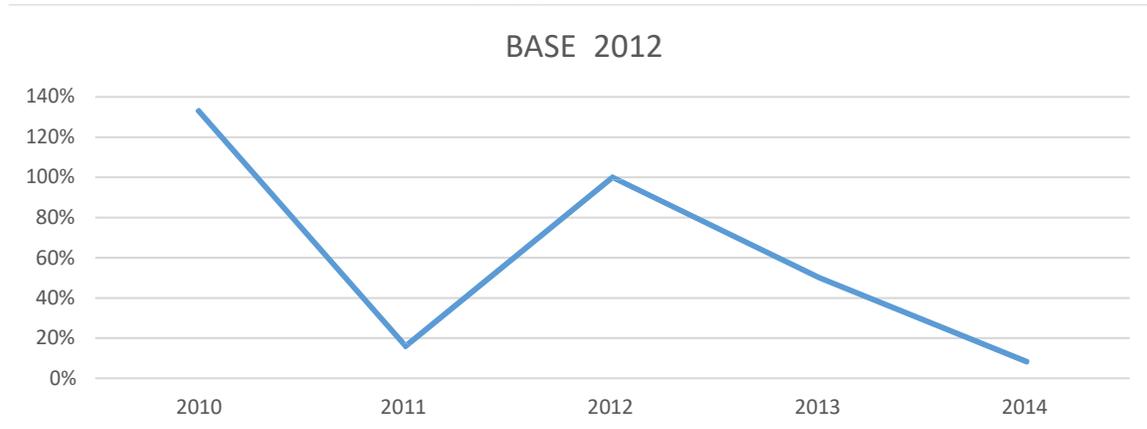


Gráfico: Elaboración propia.

Este grafico nos muestra en mayor proporción la diferencia en el rendimiento de cada año en relación al 2012 es decir que si se toma el año base 2012=100% el crecimiento el año siguiente fue del 50% y bajo precipitosamente a solo el 8,33% en el 2014

De la misma manera se puede confirmar en un par de años antes 2010 el crecimiento en comparación al 2012 fue del 133% y bajo al 16% tan solo al siguiente año.

Tabla 5 tasa de crecimiento cambio de base 2010

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
BASE 2010	100%	12,50%	75%	37,50%	6,25%

Tabla: elaboración propia.

Ilustración 8 tasa de crecimiento cambio de base 2010

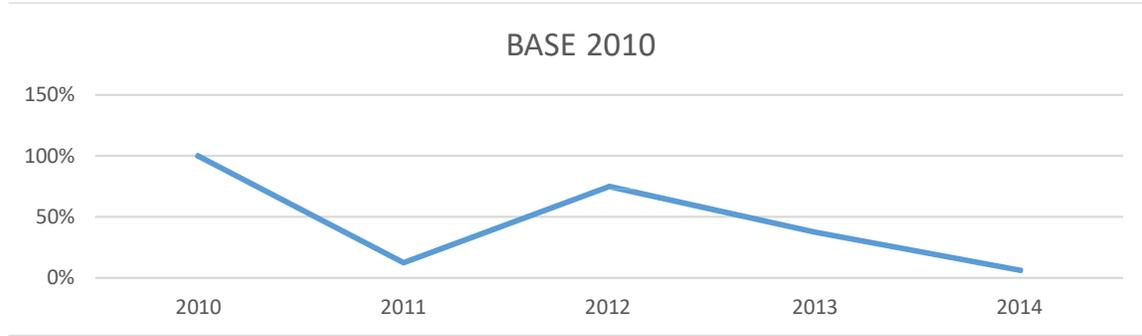


Gráfico: Elaboración propia

Sin embargo, a nivel general la empresa presentaba desde el 2010 un acenso continuo de tal manera que si nos basamos en los reportes realizados por la revista EKOS podemos observar que la empresa a nivel nacional mejoro notablemente elevando su ranking en el país.

Tabla 6 Ranking 2010

2010	
Posición (ventas): 155	
Ventas	\$87.299.901
Activos	\$50.823.959
Pasivos	\$23.010.378
Patrimonio	\$27.813.581
Utilidad	\$8.030.616
Empleados	704

Fuente: Revista Ekos

Tabla 7 Ranking 2011

2011	
Posición (ventas): 155	
Ventas	\$105.007.697
Utilidad	\$15.812.663
Empleados	761
Impuestos	\$3.256.413

Fuente: Revista Ekos

Tabla 8 Ranking 2012

2012	
Posición (ventas): 123	
Ventas	\$129.659.697
Utilidad	\$15.744.337
Impuestos	\$3.020.3

Tabla 9 Ranking 2013

NB2013	
Posición (ventas): 111	
Ventas	\$154.234.382
Utilidad	\$15.594.526
Impuestos	\$2.996.845

Fuente: Revista Ekos

Tabla 10 Ranking 2014

2014	
Posición (ventas): 91	
Ventas	\$185.786.331
Utilidad	\$16.074.137
Impuestos	\$3.225.122

Fuente: Revista Ekos.

Acorde con los datos aportados por la revista EKOS se logra establecer en una mejor proporción los datos sobre el crecimiento de la empresa es decir que la empresa desde del 2012 mejoro notablemente sus ingresos, pero no su utilidad en la misma magnitud, esto se debe principalmente a las inversiones realizadas tanto para la serie de capacitaciones como para la expansión y apertura de nuevos locales.

Tabla 11 Ventas netas y utilidad

AÑO	VENTAS NETAS	UTILIDAD
2010	\$ 87.299.901,00	\$ 8.030.616,00
2011	\$ 105.007.697,00	\$ 15.812.663,00
2012	\$ 129.659.697,00	\$ 15.744.337,00
2013	\$ 154.234.382,00	\$ 15.594.526,00
2014	\$ 185.786.331,00	\$ 16.074.137,00

Ilustración 9 datos financieros del 2010 al 2014

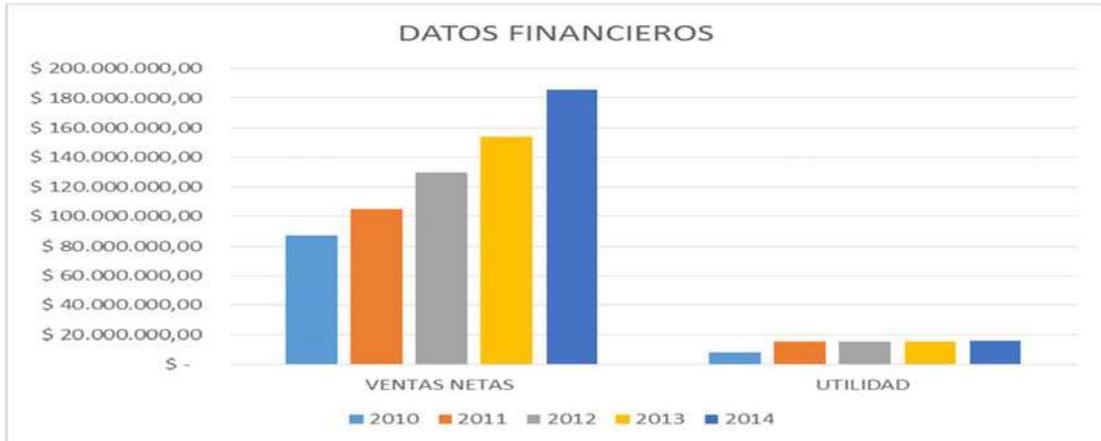


Gráfico: Elaboración propia

Datos almacén Marathon Sport Mall del Sol, rendimiento 2015

Actualmente el rendimiento de la empresa se ve comprometido por diversos factores externos, en un mercado volátil donde se siente un declive en el consumo por el precio del petróleo y las salvaguardias son factores a tomar en cuenta para el análisis de este último año, a continuación, el cuadro de rendimiento establecido en porcentajes y el crecimiento en relación al año anterior.

Tabla 12 porcentaje de crecimiento 2015

MES	% DE CRECIMIENTO	CUMPLIMIENTO
ENERO	11,76%	102%
FEBRERO	17,41%	102%
MARZO	-3,19%	92%
ABRIL	8,98%	106%
MAYO	-9,38%	86%
JUNIO	-42,22%	81%
JULIO	24,17%	102%
AGOSTO	0,47%	94%

Tabla: Elaboración propia

Los primeros meses hasta marzo se ve un incremento considerable, inclusive la meta estipulada se pasa al 102% en ambos meses hasta marzo en donde la tasa de crecimiento se encuentra en -3,19% con un 92% de la meta a cumplir, es precisamente en el mismo mes en donde se toman medidas proteccionista al consumo local por parte del gobierno en respuesta al declive del precio del petróleo, los meses posteriores a pesar del rendimiento del 106% en abril dado por las diversas promociones y fechas respectivas se ve que el rendimiento que baja significativamente con el -9,38% y -42,22% en los meses de Mayo y Junio respectivamente.

En el mes de agosto se mejoran las estadísticas producto de las estrategias tomadas tanto a nivel de tienda como de empresa; para poder aumentar su rendimiento la tienda dejó en segundo plano las diversas tareas también realizadas por los asesores, tareas como control de inventario, reposición de mercadería y exhibición de producto con el objetivo de mantener el mayor número de personal posible en el piso de venta, el cual dio resultados favorables en estas estadísticas pero presentó inconvenientes en el siguiente mes porque a nivel interno se acumularon varios procesos esenciales para el manejo de la tienda pese a eso con ayuda de las promociones se mantuvo un margen aceptable. Sin embargo, es preciso recordar que, aunque con las promociones aumenta la rotación del stock de mercadería la ganancia generada disminuye significativamente por lo que la utilidad se da en menor proporción. Este último año a diferencia de años anteriores no se observa esa estabilidad más allá de los picos generados por temporadas, este año a diferencia a años anteriores se observa en mayor proporción un decrecimiento.

Análisis de información cualitativa del programa de ventas Friedman

El método Friedman hace énfasis en la relación que se mantiene con el cliente posteriormente al mejorar la calidad de servicio, tomando en cuenta que este fue uno de los objetivos planteados por marathon sport; es necesario prestarle la debida importancia pese a que un tipo de investigación más subjetivo da lugar a diversas interpretaciones a diferencia de los datos estadísticos que son más concluyentes.

Las mediciones cuantitativas se basan totalmente en el rendimiento de sus vendedores en otras palabras los objetivos que se hayan determinado por un periodo y estos objetivos están relacionados a la cantidad que se produce en las ventas.

Sin embargo, la evaluación generada desde la perspectiva de las personas involucradas en todo el proyecto es importantes porque nos muestran un análisis integral sobre los cambios generados.

Es por eso que en este capítulo se ha optado por realizar entrevistas al gerente de la tienda y al personal para obtener así una evaluación más profunda sobre puntos relevantes a tratar.

Las preguntas realizadas por el entrevistador se realizan con el objetivo principal de marcar pautas sobre los cambios generados a partir de la implementación del método Friedman.

Son preguntas directas que brindan datos concluyentes que dan como resultados opiniones importantes sobre los temas tratados

Desarrollo de entrevista dirigida al gerente de almacén

La razón principal por realizar una entrevista al gerente del almacén es por el conocimiento a detalle que mantiene tanto en el proceso de venta implementado como en la administración de la tienda, es por eso precisamente que la información que el entrevistado aporte pueda proveer de manera cualitativa datos relevantes por los cuales se puede evaluar el programa desde una perspectiva interna.

Conclusiones de la entrevista realizadas al gerente de tienda

La apreciación del gerente de la tienda es clara; la implementación del proceso ha marcado grandes mejoras a la hora de realizar el proceso de venta, se establece una venta estructura y lo más importante de desarrollan indicadores que son herramientas

esenciales para monitorear el uso de los estándares establecidos, más allá de eso se ha desarrollado un proceso de análisis y retroalimentación que permite visualizar de manera general las habilidades del asesor mediante estos indicadores, es por eso que el control resulta más eficiente.

Otro punto importante son las estrategias empleadas para sobrellevar la actual situación del mercado, el entrevistado informa que es un hecho que las diversas medidas gubernamentales no solo han afectado el rendimiento de las ventas sino también a la competencia es por eso que precisamente se plantean en gran medida promociones para motivar la compra inclusive mucho más que en años anteriores.

Encuestas realizadas a los asesores de marathon

Otro factor importante es la perspectiva de las personas que fueron capacitadas y desarrollan día a día el proceso de venta establecido, las personas encargadas de relacionarse con el cliente incentivar la compra y motivar una nueva visita a la tienda entre otras funciones.

Las preguntas expuestas al personal de la tienda de Marathon Sport del C.C del Mall del sol se basan en el criterio y la apreciación que tienen los asesores respecto al programa, en su mayoría son preguntas directas que ofrecen una respuesta contundente sobre si el programa marco una diferencia o un beneficio para su trabajo. Como dato importante se debe considerar que la encuesta se realizó a todo el personal que trabaja específicamente en el área de ventas o que está siendo capacitado para ejercer el cargo de asesor pese a eso la muestra es relativamente pequeña con un personal en el área de ventas no mayor a 10 personas el tipo de información al ser a base de una muestra pequeña manifestara picos o declives en cada una de las preguntas realizadas.

Desarrollo y análisis de las encuestas realizadas

Las preguntas realizadas son de tres tipos: de opción única, escala Likert y preguntas abiertas, esta última condicionada por la de opción múltiple, es decir que el cuestionario se realizó de tal manera que señale desde el punto de vista del colaborador su posición sobre el método estudiado dejando lugar a comentarios u opiniones posteriores.

1) Por favor indique su cargo y años en la empresa.

La primera pregunta aporta información sobre el tiempo en la empresa del asesor y el cargo que ejerce naturalmente la mayoría de los colaboradores se encuentran en el área de venta o capacitándose para pertenecer a esta área.

2) ¿El proceso de capacitación fue desarrollado de una forma sistemática y progresiva que permita la correcta asimilación de información?

Era importante en primera estancia evaluar el punto de vista sobre la implementación del programa desarrollado puesto que en los primeros meses hubo bastante resistencia, el primer paso era identificar si el programa en sus capacitaciones fue asimilado correctamente. Los datos indican claramente que las capacitaciones fueron realizadas de tal manera que la totalidad de los colaboradores coinciden que fue desarrollado para permitir su correcto conocimiento, por lo tanto, la aplicación del

programa en un futuro no se vería comprometido por falta de conocimiento sino más bien por decisión del colaborador.

3) *Si la respuesta de la pregunta anterior es no, por favor especifique los motivos.*

Esta es una pregunta abierta que permite el comentario de las personas que opinaban que la forma en que se realizaron las capacitaciones no fue óptima para entender el programa al estar condicionada por la pregunta 2 no hubo respuestas en esta pregunta.

4) *¿Con que frecuencia usa las herramientas aportadas por el programa en sus ventas?*

Desde esta pregunta se obtiene información esencial sobre la aplicación del programa desde el punto de vista del colaborador, una estimación en porcentajes era más conveniente para medir en la práctica el uso de programa.

Los datos indican en mayor proporción con el 40% que el programa se realiza mayoritariamente con el 61% al 80% de las veces seguido con el 30% que indican usarlo entre el 41% y 60%, desde este punto existe un índice de colaboradores que se muestran neutrales sobre el uso del programa puesto que solo el 20% asegura usarlo más del 80% de las veces.

5) *Marque según su criterio la medida en que estas herramientas fueron de ayuda para su gestión de venta.*

Esta pregunta cumple una función muy importante porque identifica la apreciación que tiene el colaborador respecto al programa a través de preguntas tipo Likert, con esta información se permite comprender porque el uso del programa solo está entre el 61% y 80% mayoritariamente.

Con el 70% de los colaboradores eligiendo la opción más alta en la escala se muestra que tanto el conocimiento y las herramientas proporcionadas por Friedman han influenciado ya sea en mayor o menor proporción a todos los asesores.

6) *¿Considera práctico el proceso de venta actual en su entorno?*

Mediante esta pregunta se realiza un contraste sobre el procedimiento de venta con la realidad en el piso de venta, a pesar de ser una pregunta directa cerrada los datos se ven neutrales porque a pesar de tener un 60% que afirma que el método es practico casi a la par un 40% afirma que no lo es, esa información identifica cual es el inconveniente principal y el motivo por el cual solo el 40% de los asesores asegura usar el método entre el 61% y 80% de las veces y esto se debe porque casi la mitad de los colaboradores considera que el programa no se ajusta a la realidad de su trabajo.

7) *¿Considera que el proceso de venta es relativamente largo para el tipo de negocio que realiza?*

Esta pregunta profundiza los motivos por los cuales no se considera práctico el programa e indirectamente guarda relación con la pregunta anterior, si se comparan ambos gráficos puede estimar que al menos del 40% de personas que no consideran

práctico el programa en casi en la misma medida el 30% asegura que el proceso de venta es largo mientras que el 60% que eligió la opción de que el método es práctico el 70% de esta pregunta confirma que no considera largo el proceso.

8) *Si su respuesta es sí, por favor indique los motivos.*

Los resultados de esta pregunta tienen como objetivo indagar más sobre los resultados de la respuesta anterior, los diversos comentarios indican que el proceso de gestión de venta es relativamente largo por el hecho de investigar al cliente lo que conlleva a un mayor tiempo de diálogo.

9) De acuerdo a su punto de vista ¿Qué porcentaje de sus compañeros usan las herramientas proporcionada en las capacitaciones?

Esta pregunta pese a ser una estimación general del asesor frente al resto de colaboradores muestra datos interesantes sobre como ellos perciben de manera general la aplicación del programa, como mayoría el 50% de los encuestados indico que sus compañeros solo aplican las herramientas proporcionadas entre el 41% y 60%, si se lo compara con el grafico anterior de la pregunta 4 se visualiza una concordancia con lo mencionado anteriormente, lo interesante de este grafico es que solo el 10% cree que el uso del programa se da en más de 61 y 80% de las veces por sus compañeros mientras un 20% que asegura que se da en una escala menor al 40% y el resto que indica con el mismo porcentaje que se da en una menor medida al 20%. Aportando una estimación general sobre el tipo de ambiente general o como se visualiza la cultura de venta a nivel interno.

10) *Considera que el programa le ha ayudado a establecer una mejor relación con sus clientes.*

El siguiente grafico aporta datos sobre si los objetivos cualitativos de la empresa se están generando, con un 90% alegando que el programa les ha ayudado a establecer una mejor relación con el cliente se estima que en este aspecto el programa ha cumplido considerantemente.

11) *Si su respuesta es sí, por favor indique ¿cómo le ha ayudado el programa a relacionarse de una mejor forma con sus clientes?*

Con una pregunta abierta se reconoce cuáles fueron los cambios que se ha generado con el servicio al cliente, las diversas opiniones confirman que el propio proceso de gestión de venta tales como el de investigación promueven a establecer una relación con el cliente mucho mayor aportando un mayor interés por las necesidades del cliente y en respuesta una mayor confianza.

12) *Bajo qué medida considera que la imagen general de la empresa en relación a su calidad en servicio ha mejorado con sus clientes.*

Desde la perspectiva del asesor también se visualiza un cambio favorable para la empresa al ofrecer un tipo de asesoría diferente, de acuerdo a los datos obtenidos el 60% afirma que la imagen que se promueve usando el programa ha mejorado considerablemente seguido del 40% que afirma que ha mejorado mucho.

13) *¿Considera que las medidas de salvaguardias del gobierno han afectado las ventas de su tienda?*

Finalmente, la opinión sobre como ellos perciben los recientes cambios generados en el mercado a través de las medidas gubernamentales es una forma de indagar sobre la perspectiva del asesor frente a la realidad del mercado es así como el 100% de los colaboradores aseguran que estas medidas han afectado su rendimiento de alguna manera.

14) *Si la respuesta es sí por favor indique bajo qué medida usted considera que ha afectado.*

El 40% de los asesores indican que los ha afectado considerablemente junto con otro 40% que indica que lo ha hecho en gran medida

CONCLUSIONES

Al analizar los datos estadísticos en relación al rendimiento de la empresa no se muestra una tendencia clara o al menos información definitiva puesto que el rendimiento se ve influenciado bajo otro tipo de factores como la situación de mercado, estrategias a nivel de tienda y temporadas específicas, sin embargo el crecimiento se está generando a pesar de ser en menor proporción a los años anteriores, hay que tomar en cuenta que a nivel interno la rotación de sus colaboradores aumento, también es un hecho importante a considerar el número de asesores no se ha incrementado sin embargo si su rendimiento. Aun así, se muestran cifras positivas sobre el cumplimiento de las metas que se está desarrollando de forma diferente desde la adquisición del programa, la perspectiva del entrevistado y sus asesores también es sumamente importante en este aspecto porque manifiestan un cambio significativo a la hora realizar la venta y sobre todo la percepción que tiene el cliente con la forma que se desarrolla el proceso. Es precisamente bajo estos términos que se considera que a nivel cualitativo si se generó un cambio significativo para determinar que los objetivos planteados fueron en su mayoría un éxito.

Existen ciertos procesos en lo que se debe profundizar, si bien es cierto la forma que en se estandariza el seguimiento de los asesores se realiza mediante índices que permiten el monitoreo en el uso de las herramientas proporcionadas, se debe abarcar puntos importantes sobre si el proceso de venta se adapta totalmente a la realidad de la tienda, y esto se determina principalmente porque a nivel interno los colaboradores están conscientes que no emplean el proceso en su totalidad, con las encuestas realizadas se observa que la resistencia se debe a que el proceso de venta es relativamente largo en comparación al número de clientes que deben atender, es decir que a pesar de los beneficios claramente expuestos tanto por sus colaboradores y mandos hasta el día de hoy, se genera cierta inconformidad cuando se lo aplica en el piso de venta.

Otro factor importante el cual se decidió incluir en la investigación, es la situación actual del mercado y la perspectiva que tienen los colaboradores en el almacén; sin embargo pese a que la totalidad de los empleados afirman que los declives generados en el rendimiento de este último año desde el mes de marzo se deben a las reformas arancelarias, las estrategias empleadas a nivel general por la empresa proporcionan una ayuda que incentiva la compra en el mercado a diferencia de la competencia que

no realiza este tipo de medidas en la misma proporción ya que el hecho de realizar una serie de promociones reducen considerablemente el margen de ganancia. Como conclusión el programa de ventas Friedman desarrollado por la consultora Friedman Group ha realizado un cambio significativo en la empresa Marathon Sport porque proporcionaron una estructura de venta que promueve en mayor escala la interacción con el cliente mejorando la relación y proceso de venta. De igual manera las herramientas desarrolladas para el seguimiento del programa se generaron de una manera eficiente aportando indicadores que permiten un desarrollo profesional de una forma más organizada profundizando en el manejo de las habilidades de cada asesor, sin embargo si la empresa desea mejorar en mayor proporción la aplicación del programa, debe; más allá de instruir a los colaboradores, motivarlos desde otra perspectiva además de analizar la posibilidad de realizar un tipo de investigación más eficiente que disminuya el tiempo de cada proceso o pese a la situación actual del mercado contratar más empleados para llegar a más clientes además de dividir tareas se permita al asesor permanecer en el piso de venta una mayor cantidad de tiempo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Avilés, S. (Septiembre de 2015). Preguntas sobre programa de ventas Friedman . (J. Carranza, Entrevistador)
- Bellanire, A. M. (12 de Marzo de 2014). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-las-ventas-en-las-empresas/>
- Casanueva, J. G. (s.f.). *Prácticas de la Gestión Empresarial*.
- Castells, M. A. (s.f.). *Dirección de ventas* .
- Churchill, F. y. (1994).
- Davila, R. (2013). *Historia Marathon Sport* .
- Economía, E. d. (2009). *Economia48*. Obtenido <http://www.economia48.com/spa/d/ingreso/ingreso.htm>
- Heller. (2014). *Degerencia*. Obtenido de <http://www.degerencia.com/tema/ventas>
- Horne, V. (s.f.). *Administración Financiera*.
- Macias, M. (21 de Febrero de 2011). *Advenio*. Obtenido de <http://advenio.es/define-la-estructura-de-ingresos-de-tu-modelo-de-negocio/>
- Pesantes, E. (Marzo de 2015). *elcomercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ropa-calzado-importaciones-salvaguuardias-ecuador.html>
- Romero, R. (s.f.). *Marketing*. Palmir.
- S.A., C. (s.f.). *Diccionario de Marketing*.

S.A., T. F. (2015). *THE FRIEDMAN GROUP*. Obtenido de <http://friedman.com.mx/quienes-somos>

Universo, E. (10 de Marzo de 2015). *www.eluniverso.com*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/03/10/nota/4643781/ropa-importada-pagara-sobretasa-45>

Ventas, B. e. (2011). *Ventas*. Deusto.

Zaltman, V. P.-G. (2010). *La Voz del Merc*

035. ESTUDIO DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y SU IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO. CASO DE ESTUDIO.

Autores:

Ing. Geovanny Washington Menoscal Verdezoto.

Ingeniero en Administración de Empresas con énfasis en negocios internacionales. Maestrante en Dirección de Marketing y Gestión Comercial en la OBS Business School y la Universidad de Barcelona, España. geovanny-menoscal@hotmail.com

MSc. Ángela María González Laucirica. Máster en Gestión Turística. Doctoranda en Organización de Empresas, España. Coordinadora de Publicaciones y docente de la Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador. agonzalez@ecotec.edu.ec

MBA. Danilo Santa Cruz Rodríguez. Máster en Administración de Empresas. Coordinador administrativo de la Escuela de Ciencias Gastronómicas y docente de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Ecuador. daniloscr@uees.edu.ec

RESUMEN

El sector terciario (servicio) de las economías actuales, realiza un aporte significativo al PIB de las naciones de modo que garantizar una buena calidad de servicio al cliente, es factor clave de éxito en la competitividad empresarial. El presente trabajo tiene como objetivo determinar los niveles de satisfacción del cliente respecto al servicio de internet fijo ofertado por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) de Ecuador al sector residencial de la ciudad de Guayaquil. Se realizó un estudio exploratorio empleando técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación para profundizar en la opinión de los clientes acerca de la calidad del servicio. Los resultados obtenidos revelan niveles adecuados de satisfacción con el servicio ofertado por la CNT teniendo en cuenta las tarifas y el nivel de atención personalizada al cliente, sin embargo, ha habido aspectos que requieren un plan de mejora establecido que permita garantizar altos grados de satisfacción. Se realiza una propuesta de acciones que permita a los directivos de la CNT lograr altos estándares de calidad del servicio al cliente de modo que dicha propuesta es un aporte a la actual planificación estratégica de la corporación.

Palabras clave: calidad, servicio, satisfacción, cliente.

INTRODUCCIÓN

Algunas cosas comenzaron a cambiar en la década de los años ochenta del pasado siglo y Albrecht (1990) las llamó "La revolución del servicio". En 1984 el sector terciario representaba el 66% de la Economía de los Estados Unidos de modo que el 75% del empleo en dicha nación surgió en el sector de los servicios. En ese mismo período los servicios representaban también el 58% de los países de la Comunidad Europea y se

pronosticaba que para el año 2000, representarían, en algunos países, el 80% del PIB (Grönroos, 1994) mientras que, por ejemplo, en España durante el año 2015, los servicios representaron el 75% del PIB. En Ecuador también dicho sector ocupa los primeros lugares en impacto sobre el PIB exceptuando la producción y exportación petrolera que, de hecho, está evidenciando sus peores momentos en los últimos dos años.

Las instituciones ecuatorianas reconocen la importancia de brindar servicios con la calidad requerida de modo que los clientes repitan su compra, recomienden los servicios a otros y se propicie un círculo de prestación que impacte positivamente en la economía de la nación.

En Ecuador, las empresas con renombre -por lo general franquicias multinacionales- dedican gran parte de su presupuesto a las partidas de capacitaciones a empleados para acrecentar la calidad de atención a los clientes activos, sobre todo en el área de servicio al cliente, comercial y ventas. La investigación realizada tiene como objetivo evaluar el nivel de calidad del servicio de internet fijo ofrecido por la CNT a los clientes residenciales y determinar, con ello, el grado de satisfacción de los mismos. CNT ofrece productos y servicios tecnológicos a negocios de índole comercial, pública, privada, así como a personas naturales también. Para ser líder en servicio al cliente y distinguirse frente a la agresiva competencia, se necesita reconocer primero al principal activo que es el cliente interno para luego esperar en el cliente externo niveles adecuados de satisfacción producto de una prestación de elevada calidad. Con este estudio se prevé brindar las pautas para favorecer un mayor nivel de calidad del servicio de internet fijo a través de una cultura organizacional fortalecida, impulsando la competitividad y el desarrollo de nuevas estrategias aportando al beneficio de la empresa y sobre todo al consumidor final (cliente externo).

MARCO TEÓRICO

Conceptualización de servicio.

El concepto de servicio ha evolucionado y según Kotler, Bloom y Haye (1999) lo definen como “una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico”. Para Fuch (1968) “el servicio es el acto por el cual se añade valor al producto. Este acto puede ser caracterizado del siguiente modo. El servicio es algo intangible, que tiene una aplicación directa sobre el cliente y relaciona estrechamente al productor con el consumidor”.

Aunque estas definiciones contienen algunas de las características del servicio propiamente dicho, por el tiempo en que se escribe y las características del entorno económico donde se realiza, es fácil percatarse que la misma refleja un estadio donde el sector servicio aún no aparece como una esfera perfectamente diferenciable. Esto solo ocurrirá, como ya se ha señalado, a partir de los años 80. El servicio todavía existe supeditado formal y realmente al producto, todo lo contrario, a lo que sucede cuando el servicio adquiere personalidad propia: el producto se supedita a éste. Obsérvese que al servicio se le asigna la función de relacionar al productor con el consumidor. Ya en plena década de los 80, las definiciones conceptuales reflejan cierta autonomía y preponderancia del sector servicio sobre el producto, así aparece la proposición de Lehtinen (1983) donde plantea que “los servicios son actividades de naturaleza intangible en los que participa un proveedor y un cliente, generando satisfacción para este último”. Aunque no aparece de manera explícita de que se trata

de un servicio ligado al producto, con preeminencia de éste, sin embargo, es de suponer que la definición aún refleja una situación de ese tipo, ya que no se aclara si la relación entre proveedor y cliente se establece con respecto a “algo”, que pudiera ser el servicio o el “producto tangible”. Lo que sí es innegable es que el autor introduce un concepto de inestimable valor epistemológico (Frías et. al., 2015). Nos referimos a la formulación: “los servicios son actividades”. El término actividad en vez de acto, da la idea de proceso, éste implica relación al menos entre dos elementos (llamados por el autor proveedor y cliente, la relación a su vez genera conflictos, que deberán ser resueltos. La definición de Norman (1984), aclara, por fin, el deslinde: “El servicio está formado por actos e interacciones, que son contactos sociales. El servicio es algo más que algo intangible, es una interacción social entre el productor y el cliente”. Queda precisado el atributo de identidad del servicio, son actos e interacciones entre sujetos (o sea, el servicio es actividad y no sólo algo intangible. Lo que no queda claro es si lo que se produce es un servicio o un producto tangible. Si fuera un servicio, y creemos que hacia eso apunta la definición, dada la situación real que refleja, entonces habría que suponer la existencia de otro concepto, aún por desarrollar a estas alturas, que concibe al servicio como un producto y a éste como un servicio. Habrá que esperar un poco más para que ambos conceptos queden definitivamente fijados y que la diferencia entre producto y servicio sea perceptible. Es claro que eso sólo es posible si ambos sectores se comportan como actividades con identidades propias, lo que ha sido aclarado en el epígrafe anterior. Es en esa dirección donde se encaminan las ideas de Stanton (1988), en que, a juicio suyo para producir un servicio, puede requerirse o no de un producto tangible, sin embargo, cuando se requieren no hay transferencia de derechos de esos bienes tangibles. También Kotler (1988) trabaja en esa dirección y subraya que “... el servicio puede ir unido o no a un producto físico”. Como conclusión a lo determinado por los mencionados autores, el servicio puede ser intangible, requiere de acciones, interacciones y excelentes actitudes para satisfacer las expectativas de los clientes.

El servicio al cliente.

Una vez que se conoce que significa la palabra servicio, se puede profundizar que es el servicio al cliente. Según Serna, Sena Gómez y Gómez, (2006) lo definen como “el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa”. Como conclusión de la cita mencionada por los autores Serna, Sena Gómez y Gómez (2006), se considera que el servicio al cliente es cada actividad interrelacionada que tiene como finalidad de que el cliente tenga el producto deseado asegurándose un correcto uso del mismo.

La calidad del servicio.

Tomando como base los conceptos antes mencionados, cuando se refiere a calidad de servicio se está hablando de cumplimiento, personas alegres y complacidas, donde se supera las expectativas de los clientes.

Juran, (2001), define:

“La calidad como Rendimiento del producto que da como resultado satisfacción del cliente. Libertad de deficiencias en el producto, que evita la falta de satisfacción del

cliente. Las prescripciones de Juran se enfocan en tres procesos principales de calidad, conocidas como la trilogía de la calidad:

1. *Planeación de la calidad.- El proceso de preparación para cumplir con las metas de calidad.*
2. *Control de calidad.- El proceso debe cumplir con las metas de calidad durante la operación.*
3. *Mejora de calidad.- El proceso de elevarse a niveles de rendimiento sin precedente”.*

Ishikawa, (1997), relata:

“La calidad empezaba en los clientes y era responsabilidad de toda la empresa, de cada uno de los departamentos y personas que lo conformaban, desde los altos mandos, hasta la base. Si una empresa sigue el principio de buscar primero la calidad, sus utilidades aumentarán a la larga, mientras que si persigue la meta de lograr utilidades a corto plazo, perderá competitividad en el mercado internacional y a la larga sus ganancias disminuirán. Si la gerencia da prioridad a la calidad, ganará paso a paso la confianza de la clientela y verá crecer sus ventas paulatinamente, a la larga sus utilidades serán grandes y permitirán conservar una administración estable; pero una empresa que siga el principio de primero las utilidades, posiblemente las obtenga rápidamente, mas no podrá conservar su competitividad por mucho tiempo”.

Para Deming, (1989), menciona:

“Calidad es satisfacción del cliente y en su caso era una lucha constante por continuar satisfaciendo al cliente, pues sus requerimientos cambiaban constantemente. Deming centraba sus estudios en la mejora continua de la calidad, la cual se centraba en el cliente”.

Como conclusión de las citas mencionadas por los autores Deming, Ishikawa y Juran, se puede decir que la calidad de servicio es la mejora de las relaciones con el cliente hasta que quede gratamente sorprendido con el servicio ofrecido, teniendo como fin que el cliente se lleve una buena impresión con dicho servicio.

El concepto de satisfacción al cliente.

La satisfacción del cliente viene de la calidad del servicio.

Según el autor Kotler, (1999):

“La satisfacción del cliente se puede entender como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”.

Según a lo mencionado por el autor Kotler, (1999), se tiene un concepto muy importante de como complacer al cliente y darle siempre lo mejor.

El autor Kotler, (1999) menciona:

“Por tanto, la empresa obtiene beneficio su lealtad, y por ende la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro así como también el cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto

o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos”.

En síntesis, toda empresa que logre la satisfacción del cliente obtendrá como beneficios:

1. La lealtad del cliente (Nuevas ventas)
2. Una difusión gratuita (Nuevos clientes)
3. Una determinada participación en el mercado.

Clientes Internos y Externos.

Es importante reconocer estos dos tipos de clientes que existen dentro de una organización, una empresa que brinda servicios, no solo atiende clientes que van en busca de productos o servicios brindados por la empresa, sino también se debe cuidar la atención brindada a los clientes internos. Según las autoras Grajales, L. y Salinas, K. (2014) determinan a los clientes internos y externos de la siguiente manera:

“Clientes internos

El cliente interno es aquel miembro de la organización, que recibe el resultado de un proceso anterior, llevado a cabo en la misma organización, a la que podemos concebir como integrada por una red interna de proveedores y clientes. Yo soy proveedor de quien recibe el producto de mi trabajo, y cliente de quien me hace llegar el resultado del suyo. Toda persona interviene en un proceso generador de resultados (productos o servicios), que son entregados a un cliente. Si éste se encuentra en la misma organización (cliente interno), utilizará los productos resultantes del proceso anterior como entrada (recursos) para su propio proceso. A su vez, éste último elaborará las salidas oportunas (productos) que serán utilizadas por otro cliente interno, o que llegarán hasta el mercado, dirigidas a clientes externos.”

“Clientes externos

Esta categoría de clientes comprende a los intermediarios que directamente tienen relación con la empresa y hacia los cuales debe manifestarse un valor agregado perceptible y una calidad en el servicio que establezca una diferencia. El tratamiento es obligado porque tiene un efecto directo hacia otros intermediarios y hacia el consumidor final. Los clientes externos son esenciales para el éxito de cualquier negocio, ya que proporcionan el flujo de ingresos a través de sus compras que la empresa necesita para sobrevivir. Los clientes externos satisfechos suelen hacer compras repetidas, así como referir a tu negocio a otras personas que conocen”.

Las autoras Salinas, K. y Grajales, L. (2014), mencionan que:

“El Cliente interno son las personas que trabajan en la empresa. En la mayoría de las empresas no se tiene en cuenta la opinión del cliente interno, esto es de sus trabajadores, y para que la atención al cliente posea calidad hay que tener en cuenta a todos los empleados y verlos como el aspecto más importante”.

Como conclusión, las citas mencionadas por las autoras Salinas, K. y Grajales, L. (2014), indican que tanto los clientes internos como los clientes externos son muy

importantes para la empresa, por lo tanto será muy primordial satisfacer a ambos tipos de clientes.

DIAGNÓSTICO

El estudio de este enigmático caso está basado en el sondeo realizado a las personas que cuentan con el servicio de CNT EP (Socios Activos) y que en algún momento han tenido un inadecuado servicio, lo cual los ha llevado a requerir la ayuda para corregir y resolver su problema. El inconveniente perjudicial que existe es la atención que reciben los clientes al momento de presentar un reclamo, por parte de la empresa por medio del CIS call center y vía online a través de su página web. El tiempo que esperan los clientes para recibir la atención es extremadamente extenso debido a que muchas veces existe demanda elevada, el call center no ofrece una respuesta inmediata por ende dicho proceso NO satisface la necesidad requerida por los socios activos, y en la página web, cuantiosamente se pierde portal (sistemas), entre otras envían un correo dando unos pasos que tienes que seguir para restaurar el problema el cliente mismo y otras veces informan que van hacer atendidos por un miembro de la empresa pero pocas veces lo hacen, lo que genera insatisfacción en la comunidad, con el servicio que brinda. Los inconvenientes que encuentra el usuario en el servicio, provoca que elija a la agresiva competencia, El servicio es elemental, es la clave en toda empresa, y depende de ella acrecentar o perder a sus clientes fijos, debido a que con una mala actitud por parte del cliente interno, generará una mala publicidad por parte de los socios activos mal entendidos, los que se encargarán en difundir a sus amigos, conocidos, lo cual ocasionará una mala imagen para la empresa. Pero así mismo, se puede elaborar una grandiosa presentación, brindando un excelente servicio, los clientes hablarán de una forma positiva de la empresa y darán sus buenas “recomendaciones” palabra clave, es la publicidad exitosa el boca a boca de un buen servicio o producto. Los clientes consideran la buena atención y la amabilidad como un valor agregado al producto que van a recibir, esto se distingue de la competencia y servirá de ayuda para lograr obtener nuevos clientes. Se identifica a CNT como la mayor o por lo menos la más antigua infraestructura dedicada a los procesos de telecomunicaciones anteriormente era ALEGRO, esto debería ser capitalizado en la penetración de otros productos y lograr una mayor participación en los procesos de captación de cliente, si se toma datos de los productos actuales, existen diferencias de costos considerables con la competencia e incluso también brindan otras alternativas en los procesos de comunicación como los es internet, telefonía celular, televisión pagada. Los servicios que brinda CNT EP deben consumir la expectativa del cliente externo para que de esta manera satisfacer sus necesidades, lograr fidelizarlos, e incrementar el número de consumidores, ya que estos son la razón de ser de la empresa. Dentro del negocio de telecomunicaciones y sobre todo el de internet fijo la satisfacción y servicio al cliente son claves a la hora de introducir nuevos productos y servicios; sobre todo ante la evidente competencia agresiva (Claro) que existe entre empresas del estado, privadas y la globalización que hace más exigente al mercado. Actualmente, nuestro país muestra un alto índice de consumo en internet fijo donde llega a 25.000 familias, también algunas personas piensan que lo público no es eficiente; pero CNT es una empresa muy competitiva tiene un buen factor que son los costos más bajos de la plaza global, la mejor banda ancha del país 4G. La Corporación Nacional de Telecomunicaciones debería estar a la par con sus principales competidores, ya que cuenta con los productos y tecnología necesaria para competir, teniendo una ventaja sobre ellos como lo son sus bajos costos. Pero

aun así los clientes no se deciden contratar más productos y servicios que CNT EP ofrece, indican que la cobertura es pésima. CNT es una empresa pública que brinda servicios de telecomunicaciones en todo el Ecuador. Los servicios que presta son económicamente accesibles al mercado actual, además adhiere promociones que le genera una demanda de consumo media, pero así también se limitan ya que existen inconveniente en el servicio al cliente a nivel nacional, pero el estudio estará basado específicamente en la provincia del Guayas en la ciudad de Guayaquil. Laboro para la empresa CNT desde el año 2013. El presente estudio de caso tiene como objetivo determinar los niveles de satisfacción al cliente en el servicio de Internet Fijo que proporciona la Corporación Nacional De Telecomunicaciones. Es así que ante lo anteriormente expuesto, la pregunta primordial que guía esta investigación de caso es: ¿Cuál es el nivel de satisfacción actual del cliente externo de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT EP) respecto al servicio recibido de internet fijo? Se empleara un diseño exploratorio de tipo cuali-cuantitativa para ahondar en el dictamen que tienen los clientes acerca del servicio que brinda CNT; y un diseño descriptivo, para narrar el desenlace del proceso de investigación e identificar la relación entre una o más variables. El caso ha sido desarrollado en base a una investigación integra, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, las fuentes se incorporan en la bibliografía. La mayoría de los clientes consumidores, afirma que para que una empresa se obtenga su confianza, esta debe convidar un servicio de primera calidad. Un cliente satisfecho es el mejor fomento para la empresa. En la ejecución de la encuesta se adaptara en base a lo expresado del modelo de gestión de calidad de servicio Servperf, que utiliza únicamente la percepción como una excelente aproximación a la satisfacción del cliente, definida como el nivel de estado de ánimo de una persona al equiparar el rendimiento captado del producto o servicio con sus perspectiva dando a conocer si los clientes de la CNT se encuentran satisfechos por el servicio que se les ofrece y además saber su categoría de fidelidad. Para resumir a través de este Modelo de gestión de calidad de servicio Servperf, se alcanzara ver que fallas existe en la calidad del servicio, se intenta exponer si las dimensiones y sus ítems evaluados contribuyen en el grado de satisfacción del cliente. El servicio y la satisfacción al cliente son insignias significativos dentro de medición del nivel de la calidad de atención y el resultado ante la provisión de los productos y el impacto de la gestión de los clientes internos de una empresa. Existen diversos estudios de satisfacción relacionada al servicio y a la calidad y muy pocos estudios de satisfacción en el servicio de internet fijo. El cliente es y será lo más importante para CNT entonces hay que mantenerlo satisfecho para que de esta manera CNT se conserve posicionada en el mercado. Se debe tener en cuenta que un servicio bien orientado puede ser una excelente maniobra de mercadeo para una empresa u organización, y así alcanzar llamar la atención a los consumidores y prospectos. El servicio puede abarcar a todo el personal que tenga relación directa e indirecta con el cliente diariamente. Y así conferir un excelente servicio que obtendrá como consecuencia un cliente completamente satisfecho, teniendo en cuenta que es el primer objetivo de la empresa CNT, puesto a que esta satisfacción será importante para su desarrollo y despuntar frente a la competencia. Luego de realizar las encuestas de satisfacción al cliente, se va a realizar una propuesta con la finalidad de mejorar en los errores que se han encontrado en los resultados.

Análisis del resultado de la encuesta realizada a los clientes de CNT.

Se procedió a realizar una encuesta para conocer cómo se encuentra la Satisfacción del cliente con respecto al servicio brindado por la empresa de Telecomunicaciones CNT en el CIS (Centro Integrado De Servicio) que se encuentra ubicada en el centro de la ciudad de Guayaquil, por lo cual se tomó como muestra a 60 clientes; dando como resultado el siguiente análisis:

- Sobre la base de la encuesta realizada se obtuvo que de 60 personas encuestadas; 37 indicaron que no han visitado por primera vez el local de CNT y 23 de ellos siempre visitan el mismo CIS.
- Geográficamente hablando de las 60 personas que se les realizó la encuesta; 24 viven al Norte de la ciudad, 16 en el Centro y 20 en el Sur.
- En respecto a la apariencia de los locales de CNT 60 personas encuestadas; 36 consideran que la apariencia de los locales de CNT son modernos, 1 sola persona considera que es antigua y 23 de ellos consideran que son impecables.
- En cuanto los horarios que CNT ofrece, de las 60 personas que se les realizó la encuesta; 33 consideran que los horarios de servicio al cliente son convenientes; 1 persona considera que no es conveniente y 26 de ellos opinan que es un horario regular.
- Tiempo de utilizar el servicio de internet fijo, de las 60 personas encuestadas; 14 indicaron que utilizan el servicio de internet fijo entre 1 y 6 meses, 35 utilizan el servicio entre 1 y 3 años y 11 de ellos utilizan el servicio hace más de 3 años.
- Sobre la base de la frecuencia en que los clientes utilizan el servicio de internet fijo de las 60 personas que se les realizó la encuesta; 5 de ellos utilizan el servicio de internet fijo menos de una vez al mes, 8 de ellos usan el servicio una vez al mes y 47 de ellos dos o tres veces al mes.
- De acuerdo al trato ofrecido a los clientes de CNT, de las 60 personas encuestadas; 58 consideran que el trato de la persona que los atendió fue bueno y 2 de ellos opinan que fue regular.
- Sobre la base de los Productos ofrecidos versus costos, de las 60 personas que se les realizó la encuesta; 36 opinan que el valor de los productos y servicios en comparación con el costo es de excelente valor y 24 de ellos consideran que tienen un buen valor.
- En cuanto a la atención brindada, de las 60 personas encuestadas; todos consideran que el desempeño de atención al cliente que brinda la CNT es mejor que antes.
- Satisfacción con el nivel de puntualidad al recibir las facturas, de las 60 personas que se les realizó la encuesta; 38 indican que reciben sus facturas de manera muy puntual y 22 de ellos de manera un poco puntual.
- Satisfacción con la imagen de las instalaciones de CNT, de las 60 personas encuestadas; 58 consideran que la agencia cuenta con una instalación moderna, atractiva y 2 de ellos piensan que las instalaciones se encuentran más o menos para la respectiva atención.
- En cuanto a la satisfacción de la imagen del personal, de las 60 personas que se les realizó la encuesta; 46 consideran que los ejecutivos de la agencia tienen una apariencia limpia, agradable y 14 de ellos opinan que no la tienen.
- Atención recibida por parte del personal de CNT, de las 60 personas encuestadas; 51 opinan que los ejecutivos de la agencia siempre están prestos a ayudarlos con una sonrisa en el rostro y 9 de ellos indican que un sí y otros no; es decir más o menos.

- Sobre la base del seguimiento de los diferentes trámites realizados, de las 60 personas que se les realizó la encuesta; 45 indican que si se les da seguimiento a los diferentes trámites requeridos y 15 de ellos consideran que a veces sí y a veces no se les da el seguimiento debido.
- De acuerdo al conocimiento de los productos que ofrecen por parte de los ejecutivos, de las 60 personas encuestadas; 48 consideran que los ejecutivos de la agencia si conocen al 100% los productos, servicios que ofrecen y 12 de ellos indican que los ejecutivos tienen conocimiento en un término medio.
- Sobre la base de la calificación del servicio de internet fijo ofrecido por CNT, de las 60 personas que se les realizó la encuesta; 50 indican que el servicio de internet fijo que brinda la CNT es bueno y 10 de ellos consideran que es regular.
- Nivel de satisfacción por parte de los clientes por el servicio recibido, de las 60 personas encuestadas; 52 opinan que el nivel de satisfacción por el servicio recibido mediante la empresa CNT es bueno y 8 de ellos consideran que es regular.
- Sobre la base a las probabilidades de obtener buenas recomendaciones, de las 60 personas que se les realizó la encuesta; 48 indican que es muy probable que recomienden los productos, servicios ofrecidos por la CNT a otras personas y 12 de ellos indican que es un poco probable.

Como conclusión de la encuesta realizada en la ciudad de Guayaquil a los 60 clientes que utilizan los productos y servicios de CNT se puede analizar de manera generalizada que la mayoría de los usuarios externos opinan que es bueno. Consideran que la infraestructura del local es moderna, atractiva que facilita su estadía así como la atención recibida por parte del agente de servicio, quien cuenta con una buena presencia y siempre están dispuestos a ayudarles en sus inquietudes, esto incluye también la flexibilidad de horarios de atención al cliente brindado por el CIS. Algunos de los clientes consideran que no se les da el debido seguimiento a los trámites requeridos, lo cual origina una insatisfacción por parte de los usuarios externos, es importante considerar este punto ya que un cliente no satisfecho, no recomendará los servicios y productos que brinda CNT; hay que recordar que siempre debe existir un esquema de calidad que tiene que ir de la mano con la eficiencia y eficacia tratando que el margen de error sea mínimo. Por lo cual se puede considerar que el servicio ofrecido por parte de CNT es Bueno y se debería poner énfasis en seguir mejorando ya que existe un grupo minoritario de clientes que se sienten insatisfechos al calificar de regular ya sea por la atención recibida o el servicio de internet fijo no cubre sus expectativas, o han tenido algún inconveniente. Se debe mejorar para lograr la satisfacción de dichos clientes. Todo toma tiempo y tiene sus procesos, pero se puede llegar a la meta la cual es tener a todos los clientes 100% felices y satisfechos. Se debe recordar que todo trabajador que este satisfecho laborando para CNT, mantendrá a los clientes satisfechos y un cliente feliz es un cliente satisfecho lo cual CNT obtendrá buenas recomendaciones por el servicio brindado y por ende obtendrá más clientes, posicionándose de esta manera en el Mercado logrando su estabilidad. Los usuarios del servicio de internet fijo se sienten satisfechos respecto a la atención recibida en las oficinas de CNT, la atención al cliente ha llenado sus expectativas, debido a que fueron atendidos con mucha amabilidad, acotando que CNT ofrece un buen servicio al cliente, a pesar de la existencia de ciertos detalles negativos que deben ser superados. En base a los resultados de la encuesta realizada se puede decir que la gran mayoría de clientes se sienten satisfechos con la atención y el servicio ofrecido por CNT, dado el costo de su

tarifa, la rapidez de respuesta a sus inconvenientes y la amabilidad y el trato con que son atendidos en las oficinas de Atención al Cliente.

PROPUESTA DEL ESTUDIO DE CASO.

CNT ha invertido mucho dinero en nueva infraestructura de una red propia, tomando en cuenta que el presente caso es para la mejora de servicio al cliente, satisfacer necesidades y crecer como empresa. El objetivo es proponer un plan de trabajo para satisfacer la necesidad de los clientes en el servicio y atención que se brinda a cada uno de ellos. El estudio de caso va dirigido a los clientes de la empresa que visitan los Centros Integrados de Servicios para conocer los planes, productos, servicios y la oferta comercial que dispone la CNT EP.

Las gestiones a realizar para la elaboración de la propuesta son las siguientes:

1. Implementar un vademécum de experiencias de calidad de servicio, bajo un modelo de bitácora amigable de fácil acceso con el logo institucional de la empresa que recopile de manera escrita las experiencias de servicio de los socios activos para su posterior evaluación y consolidación.
2. Crear Acceso al sitio WEB previo a la suscripción mediante el correo electrónico, detallando información básica (Nombres, Apellidos, Ciudad, etc.), e ingresando por medio del número del contrato o número de cédula, con la clave única que cliente debe seleccionar a su criterio personal, dentro de este vínculo el cliente podrá observar sus facturas y puede contar con una interfaz gráfica amigable donde todas las opciones serán útil para informarse de forma global de los servicios incluyendo servicio técnico de 3er nivel (visita a domicilio).

Es importante también enviar la factura directamente al correo electrónico de manera personalizada, de esta manera se puede sistematizar la información no constante a esto el medio de Difusión solo sería por medio de la internet. Sin embargo pensando en la diversidad de clientes específicamente para el segmento de 3era edad y personas que NO se familiarizan con el internet, se puede implementar la siguiente opción:

Notificación vía SMS: Mensaje vía texto a el número de Celular del cliente independientemente de la operadora que pertenezca (Claro, Movistar, CNT, Tuenti), se le enviara el detalle del monto a cancelar, la fecha máximo de pago y para una información detallada se anexa el número de call center 100 y el link del sitio WEB. La última opción para nuestros socios activos para obtener su documento físico puede acercarse a nuestros centros de servicio al cliente a nivel nacional. Reforzando lo descifrado, el abanico de propuesta para la emisión de factura mediante CNT son las siguientes:

- Acceso al sitio WEB.
- Notificación vía Correo Electrónico.
- Notificación vía SMS.
- Acercarse a los Centros de atención al cliente.

Se considera que con las 3 primeras propuestas expuestas, la cuarta no se realiza por ende se evita movilización, más la espera de las extensas filas para recibir la factura. Pensando en la satisfacción del cliente se debe desarrollar la facilidad de pago de la

Planilla consumida o vencida, es importante para CNT facilitar los medios para realizar la transacción correspondiente enfocándose a todos los segmentos o nichos de Mercado, entre las propuestas de pago de factura son las siguientes:

- Débito Bancario: Esta opción se la indica previo al contrato servicio POST PAGO, no aplica para el servicio PREPAGO, se identifica la identidad bancaria donde se realizará el débito mensualmente bajo el consentimiento del cliente firmando el correspondiente certificado bancario que lo emite el banco.
- Vía WEB: dentro del Acceso creado para el cliente a nuestra página virtual tendrá la opción de cancelar la factura mediante tarjeta de Crédito, donde debe manifestar el pago de contado o diferido hasta 3 meses sin intereses.
- Por medio de Supermercados (Cadenas): El pago se realizaría en efectivo en cualquier cadena de supermercado a nivel Nacional (Supermaxi, Tía, Mi comisariato, Megamaxi), Las cadenas más importantes y reconocidas en el país.
- Instalaciones Bancarias: Se puede acercar a cualquier identidad bancaria a cancelar el valor total y en efectivo donde debe emitir una papeleta detallando el número de contrato para conciliar la información.
- Por medio de Farmacias (Cadenas): entre las más conocidas e importantes FYBECA, CRUZ AZUL, MEDICITY, SANA SANA. Las cadenas farmacéuticas seleccionadas son las descifradas en el rubro anterior donde se puede realizar el pago y por último acercarse a nuestros centros de atención al cliente a nivel Nacional para realizar la transacción en cuestión. Bajo estas alternativas el socio activo podrá cobijarse a la de su preferencia.

Una pequeña cantidad de clientes indico no estar satisfechos con el seguimiento de trámites realizados en CNT, en este caso específicamente se debe inculcar al Cliente interno, brindar el seguimiento necesario a dichos trámites realizados en CNT, a criterio personal se debe modificar los estatutos de servicio al cliente, el gerente de área debe asociar al personal a las siguientes reglas y a su vez incentivar por cada trámite resuelto. Es de conocimiento popular que dirigir a un grupo de personas puede tender hacer tedioso, pues cada persona es diferente a otra, sin embargo en lo primero que hay que trabajar es en tener al cliente Interno satisfecho para emanar dicha sensaciones al externo. Buena Actitud: en teoría la más importante, siempre hay que recibir al cliente de una manera cortés y servicial, resolviendo sus problemas y despejando sus dudas de tal manera que el cliente Externo se sienta en un ambiente ameno dentro de nuestras instalaciones.

3. Respecto al seguimiento de los reclamos se puede realizar filtros mediante la gravedad del problema a resolver.

Mediante vía telefónica lo desglosamos de la siguiente manera:

Internet Fijo CNT

Primer Nivel: Cambio de Clave WIFI, Información del paquete contratado (Megas), Promociones, Ofertas etc.

Segundo Nivel: Soporte de configuraciones, Cambios de IP, lentitud de Navegación, Reseteo del Modem, Maximizar cobertura.

Tercer Nivel: Visita Técnica, enviar a el personal técnico a resolver la solicitud del cliente mediante una hoja de registro se notifica los daños encontrados en caso de cambiar equipos se detalla y si fuera el caso el cliente es responsable debe cancelar el costo del material técnico a usar, mas no la visita.

Estos filtros se generan en base al reclamo que el cliente emite por vía telefónica (Servicio al cliente 100) y por vía web, se origina un código que en teoría será el Número de ticket o número de reclamo 000100 CNT.

Cada ticket generado deberá ser gestionado por los agentes del call center y a su vez estimar un rango de tiempo para solucionar los mismos, el cual debe ser supervisado por el gerente de área o la persona encargada; este rango puede estimarse en 2 a 3 horas, se estipula para el primer, segundo nivel de soporte técnico, para realizar el tercero se estima la visita desde 24 horas hasta 28 horas, pues se debe coordinar la visita con el personal indicado.

Cada ticket debe de cumplir su ciclo y en el sistema de cerrarse en el tiempo estimado caso contrario de no cerrar el ciclo, el sistema de enviar por correo estas novedades a los supervisores y gerentes, de esta manera se presiona a los agentes a resolver los casos en el tiempo establecido y al cliente se le notifica por vía telefónica y también por correo, se debe detallar el problema y solución por parte de los asesores que conforman el servicio al cliente, creando un historial de incidencias por cliente y a su vez mantener el respaldo de la resolución por ticket, esta acción de Post-servicio, mantendrá al cliente informado sobre su requerimiento y causará un buen efecto hacia el equipo de trabajo.

El Post-servicio es clave y fundamental después de informar vía telefónica y notificar vía correo la resolución de cada reclamo por medio del ticket, el cliente calificara su atención de la siguiente manera: A (excelente), B (muy bueno), C (bueno), D (regular) y E (malo).

Los resultados de la calificación en base a la satisfacción del socio activo, se tabulará cada 15 días para evaluar el desempeño del tele operador, para engrandar la calidad de atención, bajo todas estas actividades se busca minimizar la demanda de insatisfacción de servicio de los clientes, al punto de ser líderes en atención al cliente, atemorizando a la competencia directa e indirecta.

4. Incentivar al personal interno.

Para incentivar al personal interno de manera idónea se puede establecer metas a corto, mediano y largo plazo, quien resuelva más rápido los reclamos de los clientes y el volumen de llamadas sea mayoritario, un flujo intermedio de incidencias puede contar con los siguientes beneficios o en su efecto recompensación por el eficiente y eficaz trabajo por parte de los operadores del call center – Soporte Técnico:

- Empleados del mes.
- Una cena en restaurant lujoso.
- Minutos y megas para el plan telefónico.
- Cupones con descuentos.

Es importante que el personal interno este satisfecho y el ambiente laboral sea el adecuado, se recomienda realizar actividades no solo del departamento de servicio al cliente, es lo ideal de toda la empresa, cada departamento es importante, las actividades se conectan a cada eslabón de la empresa por ende las relaciones interpersonales deberán ser idóneas, para establecer aquello se detalla una pequeña lista de ciertas actividades: integraciones, olimpiadas, eventos y torneos.

Cada actividad realizada creará un ambiente de trabajo estable y armónico, esto crea una fluidez a todos los departamentos incluyendo al de servicio al cliente, esta inversión de CNT se estima obtenga un 90% de éxito, lo que refleja el cliente interno será clave para el externo. Respecto a la apariencia física del CIS de CNT, es óptima, moderna, atractiva con acabados de primera, sin embargo no llama la atención como debería, no es contundente la presentación, para esto se debe planificar con el departamento de Marketing una remodelación del espacio físico interno, puede ser más animada, el éxito es causar un doble impacto a la vista del socio activo y a los prospectos que transitan por el establecimiento. El aspecto físico del personal es impecable, no observación alguna sobre ello. Tomando en cuenta todos estos aspectos a mejorar se está aplicando un modelo exitoso de mercadeo, marketing donde abarca hasta el mínimo detalle de la atención al cliente basado en la investigación del caso. El personal antes de ser evaluado, debe participar en capacitaciones semanales, debe estar perfectamente informado de cada uno de los servicios que brinda CNT a los clientes, deben estar seguros y emanar confianza al 100% de la información que proporcionan a cada persona. Un agente con seguridad, capacitado al 100% más una actitud positiva y servicial es parte esencial para maximizar el servicio.

5. Para una idónea administración del proceso de comercialización en el CIS, se debería estructurar, diferenciar o separar un área de otra, en pocas palabras un área que sea solo VENTAS, otra de que sea RECLAMO, otra solo de INFORMACION, para de esta manera mermar el tiempo de espera del cliente en el teléfono y en el chat de la web, ya que en la actualidad se utilizan los diferentes cubículos para todas las actividades.

Por ejemplo: El cliente que va obtener un producto se encuentra emocionado, motivado, pero al encontrarse con otro que va a realizar una "RECLAMO" y empieza a relatar su desagrado por el inconveniente con el servicio de CNT, hace que el Nuevo cliente que va a adquirir el producto, entre en desconfianza, duda en incluso puede llegar a cambiar de opinión y no adquirir el producto en cuestión. Por ese motivo debe estructurarse el espacio físico y cada área debe estar separada de la otra dentro del mismo departamento de servicio al cliente. Las actividades son: ventas, información, reclamos y quejas.

Un aspecto esencial es conocer las características diferenciadoras por parte del cliente interno, en comparación a la agresiva competencia, ya que con respecto a esto vamos a proponer los productos y servicios que sean de diferentes características o con distinguidos beneficios para clientes activos. Complementando, los Asesores deben manejar de manera adecuada el lenguaje de beneficio, es decir saber cuáles son las características de primordiales de cada producto, aparte de vincularse con el cliente de una forma agrádale hasta simpática, para tratar de buscar la mejor solución a la necesidad presentada por él, por ejemplo: Un Cliente que va adquirir un Plan de

datos y de Internet fijo, pregunta sobre cuál Plan es el mejor, el Asesor debe explicar las principales características de cada Plan, las marcas de teléfonos que incluye, los precios, las facilidades de pago, el tiempo aire, los mensajes de textos y megas incluidos y aparte de eso, preguntar qué uso le va a dar, si la quiere alguna corporación, para uso personal, puede ser un plan empresarial o personal, si es para su hijo ofrecer servicios adicionales, como detalle de factura donde se detalle el tráfico de consumo, también servicio de garantía del equipo en caso de hurto, pérdida, o destrozo. Aquí el Asesor debe conocer bien cuáles son los productos que ofrece y las características de cada uno, para permitirle al cliente escoger la mejor opción.

CONCLUSIONES

De la exploración teórica se tomó la medula de la proposición en el modelo SERVPERF porque su estructura y dimensiones de estudio son los que más se ajustan a las formas de medición de las gestiones de servicio y satisfacción al cliente en el área comercial dentro de la Planeación Estratégica de la CNT EP. La Corporación Nacional de Telecomunicaciones es la empresa líder en el mercado actual, su ciclo de vida se encuentra en etapa de madurez en los servicios de telefonía e internet fijo; y en etapa de crecimiento en los servicios de televisión por suscripción, telefonía móvil e internet móvil. Su principal ventaja competitiva son los costos bajos que son realmente accesible al mercado, que tienen sus servicios y una red propia que capta cada vez más clientes de otras operadoras. Los socios activos de la CNT EP se encuentran conformes con el servicio de Internet fijo, así como la atención recibida en las Agencias, calificándolo de BUENO, dentro de una escala de bueno, regular, malo. Las acciones de mejora a implementar dentro de cada agencia resultan de gran beneficio para la Corporación, considerando que no existirá incremento en costos debido a que los recursos tanto humanos como materiales se encuentran dentro de cada agencia y en su momento fueron asignados por la Gerencia Nacional Comercial. Las propuestas anteriormente detalladas implican un primer ejercicio de aceptar tal situación y enfrentarla, llegar hasta la mente del consumidor e indicarle cuales son nuestros atributos y que nos acepten como una alternativa válida, actualmente CNT tiene nuevos clientes pero estos deben causar un efecto multiplicador que permita un desarrollo de consumo de los productos. CNT deberá preocuparse por tener más contacto con sus clientes, para identificar sus requerimientos, pero principalmente para entender que el principal motor de su negocio, no lo es la tecnología, ni los servicios ofrecidos, ni las utilidades obtenidas sino la satisfacción de sus clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Deming, E. (1986). *Calidad, Productividad y Competitividad*. Madrid, España: Editorial Díaz de Santos.

Galgano, A. (1995). *Los 7 Instrumentos de la Calidad Total*. (pg. 112). Madrid, España: Editorial Díaz de Santos.

Granales, L. (2014). *Manual de Modulo al Servicio al Cliente*. Recuperado de: <http://es.slideshare.net/luzses/modulo-de-servicio-al-cliente-grado-10-2014>

- Horovitz, J. (1997). *La Calidad del Servicio: A la Conquista del Cliente*. (pg. 3). Madrid, España: McGraw-Hill Iberoamericana.
- Ishikawa, K. (1997). *¿Qué es el Control Total de Calidad?* Bogotá, Colombia: Editorial Norma.
- Juran, J. (2001). *Manual de Calidad Total*. Madrid, España: McGraw-Hill Iberoamericana.
- Kano, N. (2012). *Midiendo la Satisfacción del Cliente. Descripción del Modelo Kano*. Recuperado de:
www.12manage.com/methods_kano_customer_satisfaction_model_es.html
- Kotler, P. (1999). *El Marketing según Kotler: Como Crear, Ganar y Dominar Mercados*. Barcelona, España: Paidós Ibérica SA.
- Kotler, P., Bloom, P. y Hayes, T. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*. (pg. 9-10). Barcelona, España. Editorial Paidós.
- López, C. (2001). *Los 10 Mandamientos de la Atención al Cliente*. Recuperado de:
<http://www.gestiopolis.com/10-mandamientos-atencion-cliente/>
- Miranda, F., Chamorro, A., y Rubio, S. (2014). *En Introducción a la Gestión de la Calidad*. (pg. 113). Madrid, España: Editorial Delta.
- Padilla, O. (2015). *La Importancia de la Atención a los Clientes*. Recuperado de:
<http://www.emprendices.co/el-cliente-valor-fundamental/>
- Salinas, K. (2014). *Cientes Internos y Externos en una Organización*. Recuperado de
<http://www.gestiopolis.com/clientes-internos-y-externos-en-una-organizacion/>
- Serna, H., Sena Gómez, H., y Gómez, J. (2006). *Servicio al Cliente una Nueva Visión: Clientes para Siempre, Metodología y Herramientas para Medir la Lealtad y Satisfacción*. (pg. 19). Bogotá, Colombia. Editorial Panamericana.

036. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO COMO FACTOR DE INCIDENCIA EN LOS ÍNDICES DE VENTAS.

Autores:

Colorado Franco Narcisa

Ingeniera en Marketing, cursando maestría en administración y dirección de Empresas, ha escrito artículos en administración. Actualmente trabaja como asistente académica de la Carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

narcisa-colorado@hotmail.com

Collins Ventura Nathyn Victor

Ingeniero en Marketing, cursando maestría en administración y dirección de Empresas, Autor del libro Gestión del CONOCIMIENTO, Emprendimiento, Perspectivas, e Innovación; Autor del libro Tendencias, Gestiones Administrativa, Cambios del Entorno; Coautor del libro Sardina o tiburón, el lado correcto del problema; Autor de artículos de administración y marketing. Docente del Sistema de Admisión y Nivelación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Collinsnat_17@live.com

Palacios Bauz Irene del Rocío

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.

lpalacios@ecotec.edu.ec

RESUMEN.

El objetivo de este reporte científico consiste en socializar la incidencia de estrategias de comercialización para productos de consumo cotidiano en los índices de ventas de las distribuidoras de la provincia de Santa Elena. La contribución teórica radica en la concepción de la teoría y práctica en las acciones estratégicas de comercialización atendiendo al contexto, la definición y caracterización de la gestión de marketing, con el fin de determinar los factores decisivos y de éxito para las empresas, constituye el aporte teórico para argumentar la investigación realizada. En el presente trabajo se demuestra que con la aplicación de estrategias de comercialización asertivas basada en las preferencias del grupo meta, y tendencias del mercado se mejorará el

desempeño organizacional, mediante la captación de prospectos, y generación de lazos de fidelización de clientes actuales.

Palabras claves: estrategias de comercialización, acciones estratégicas, comercialización, niveles de ventas, distribuidoras de productos de consumo masivo.

ABSTRACT

The scientific objective of this report is to socialize the impact of marketing strategies for everyday consumer products in rates of sales distributors in the province of Santa Elena. The theoretical contribution lies in the understanding of the theory and practice in strategic marketing efforts in response to the context, the definition and characterization of marketing management, in order to determine the decision-making factors of success for companies is the contribution to argue the theoretical research. In the present work it is shown that the implementation of assertive marketing strategies based on the preferences of the target group and market trends improve organizational performance by attracting prospects and generation of bonds of loyalty existing customers.

Keywords: marketing strategies, strategic actions, marketing, sales levels, distribution of consumer products.

1. INTRODUCCIÓN.

El Ecuador tiene a su favor aspectos que permiten el desarrollo del comercio, de acuerdo a las necesidades de cada región y las empresas distribuidoras tienen las necesidades de llegar a cada punto o región del país. En la actualidad las distribuidoras enfrentan un entorno cambiante y competitivo lo que hace necesario que se desarrollen y apliquen estrategias innovadoras con información válida sobre los productos y sus competidores que emplean acciones por despertar el interés de los clientes que adquieran productos de consumo cotidiano para vender al cliente final o tenderos detallistas.

En la provincia de Santa Elena existen algunas distribuidoras que se dedican a la comercialización de productos de consumo cotidiano, y en base a la variación de actitudes, necesidades que presentan los clientes, y distintos factores que afectan al entorno los índices de ventas se han visto afectado negativamente, convirtiéndose en una problemática, debido a las inadecuadas acciones de comercialización. Existe un débil posicionamiento de la imagen corporativa de varias distribuidoras locales, debido a que no se gestionan acciones estratégicas orientadas a las necesidades, preferencias, requerimientos del mercado meta.

Philip Kotler (1995) indica que en el proceso de comercialización influye cuatro aspectos esenciales ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿a Quién? y ¿Cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso a llevarlo en efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto en el mercado. Por ende las empresas que comercializan productos especialmente deben de reconocer las necesidades y las ventajas al introducir de manera regular nuevos productos e ir sustituyendo aquellos productos que han dejado de ser consumidos por los clientes, ya que considerablemente los atributos que poseen no son atractivos, así como también la gran demanda y las nuevas exigencias en el mercado.

El empleo apropiado de un programa de comercialización permite a las distribuidoras incrementar los índices de ventas, generando así una preferencia de marca, por ende fidelización en los clientes, mediante la implementación de estrategias innovadoras en base a una investigación de campo que determine preferencias, exceptivas, y necesidades de los clientes.

Phillip kotler, (2008) indica que conocer la distribución que este alcance para aumentar las ventas a corto plazo, para ampliar nuestro mercado a largo plazo mediante estrategia de publicidad y de ser diferenciado en la calidad de producto

te sirve de apoyo al proceso de venta personal de la empresa. La comercialización es la dimensión que se desea ampliar para mejorar la distribución de los productos que se comercializara en el mercado donde enfocara sus ventas por ende se involucrara los canales de distribución existentes.

Es importante que se establezca estrategias de comercialización efectivas para las empresas, de tal manera que mejore la participación en el mercado, consolidando la marca de forma sólida y de esta manera crear lazos de fidelización en los clientes que incrementen los índices de ventas. Por ende se debe analizar cada parámetro que se establece en los diferentes aspectos a desarrollar en su creación de los canales, para que mantener en el mercado la participación de los productos que ofrece la empresa.

Al analizar los diferentes modelos de distribución en el mercado para lograr un posicionamiento de un producto en su categoría de consumo masivo existe: la distribución horizontal o distribución vertical de tal manera se plantearía opciones que tengan un direccionamiento en busca de un canal directo para que los productos lleguen a un valor menor al mercado direccionado. Debe ser determinada en base a los requerimientos y preferencias del mercado meta, con el fin de dirigir los esfuerzos de marketing de manera adecuada.

El objetivo de la aplicación del diseño de estrategia de comercialización es que permitan evolucionar las ventas de los productos, a medida utilizar nuevos modelos tácticos de comercialización; analizar los resultados actuales, de cómo se utiliza las diferentes herramientas para comercializar en los mercados existentes.

Aplicar la gestión de marketing que interviene el control de las variables que son: productos, precio, plaza, promoción. Para la satisfacción del cliente en el mercado a enfocarse, pero la filosofía además de reflejar que las gestiones de marketing es doble enfoque que consisten en el análisis de avances a la necesidades y el sistema de acción cuya visión, acciones concretas de las cuatro variable de marketing.

En el plan de comercialización para las empresas es indispensable que se determine el incremento de los índices de ventas, que permitirá evaluar la efectividad de las campañas realizadas, así como de eficiencia de las estrategias que se determinen.

1.1 Estrategias de segmentación.

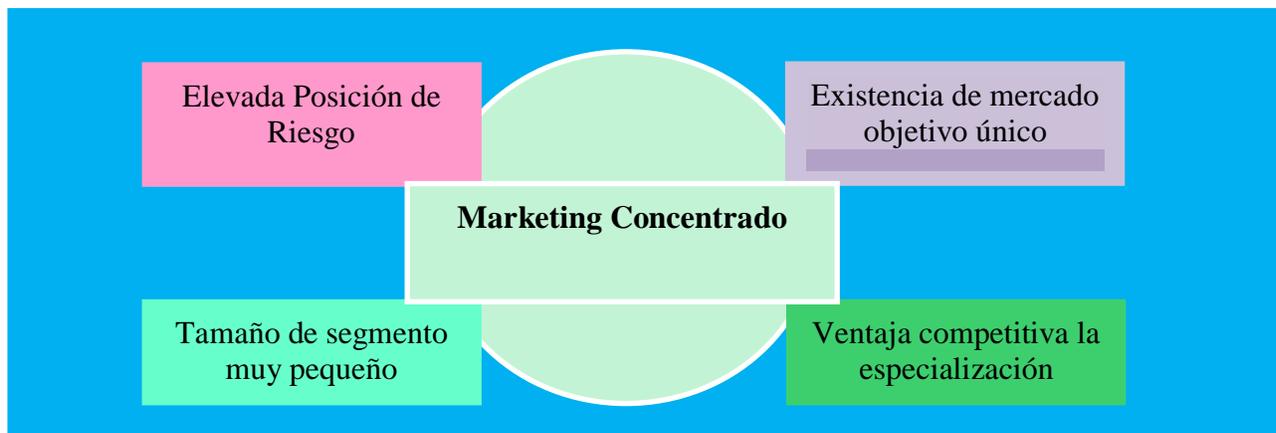
(Echeverría Cañas, 2009) Existen diferentes tipos de estrategias de segmentación, que permiten captar el interés del mercado meta, causando estima y presencia de marca, por ende lograr con los objetivos de ventas establecidos, entre los principales tipos de estrategias de segmentación están:

1.- Estrategias no diferenciadas: esta estrategia produce determinadas circunstancias como por ejemplo no existen diferencias entre segmentos, existe ausencia de segmentación, un mercado en el cual todos son consumidores y pueden generar diversas situaciones como el ahorro de costos y atender a todos los consumidores.

2.- Estrategias diferenciadas: cuando ya se ha analizado el mercado y se puede observar que se dirigen los esfuerzos a varios segmentos de mercado y los diferentes compradores requieren de la aplicación de las distintas estrategias, aquí la empresa trata de aprovechar las diferencias existentes de los distintos mercados.

3.- Estrategia concentrada: consiste en descubrir nuevos mercados y fidelizar los clientes, creando en los productos una ventaja competitiva única que diferencia de la competencia y la búsqueda de la satisfacción de los clientes distintas estrategias, aquí la empresa trata de aprovechar las diferencias existentes de los distintos mercados.

ILUSTRACIÓN No.- 1 Estrategias de marketing concentrado



1.3 Posicionamiento.

Philip Kotler & Gary Armstrong, (2008) Definen al posicionamiento es hacer que un producto ocupe un lugar claro y deseable y deseable en relación con los productos de la competencia en la mente de los consumidores meta.

El posicionamiento es la manera en que se distingue un producto en la mente de los posibles clientes y en que influye al momento de la decisión de compra. Las empresas

que comercializan productos especialmente deben reconocer las necesidades y las ventajas al introducir de manera regular nuevos productos e ir sustituyendo aquellos productos que han dejado de ser consumidos por los clientes, ya que considerablemente los atributos que poseen no son atractivos, así como también la gran demanda y las nuevas exigencias en el mercado.

1.4 Ventaja competitiva.

Michael E Porter (2007) Indica que el modelo de ventaja competitiva, toma acciones positivas y negativas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxitos a las fuerzas competitivas y generar un retorno sobre la inversión.

Una de las razones del porque la empresa debe de mantener una ventaja competitiva en relación a la de la competencia es la de captar el mercado de una manera efectiva empleando estrategias que los diferencie, es decir, que la empresa debe ofrecer mayor valor a los segmentos meta que se elija mediante los beneficios de promociones, distribución y diferenciación. Para que una empresa pueda diferenciarse en el mercado, consolidando la marca como sólida, es importante que se defina una ventaja competitiva, que genere preferencia de marca, y por ende aumentar la participación de mercado, reflejada en el incremento de los índices de ventas de la empresa.

1.5. Objetivo general.

Evaluar la incidencia de las estrategias de comercialización en los índices de ventas de las distribuidoras de productos de consumo masivo de la provincia de Santa Elena.

2. MATERIALES Y MÉTODOS.

Para lograr los objetivos de la investigación se diseñó una encuesta realizada a 383 personas entre 20-54 años de edad de la provincia de Santa Elena, mediante un muestreo probabilístico, la muestra es finita por eso se utilizó el muestreo aleatorio simple según (Mario. F, 2013).

Las entrevistas se efectuaron a los gerentes de 3 distribuidoras de Consumo Masivo identificadas principales de la provincia de Santa Elena, en donde fueron escogidas: Distribuidora Surtitodo, Comercial Rea, Distribuidora F&D; con la finalidad de establecer criterios respecto a las acciones de comercialización que emplean para captar la atención de los clientes y estimularlos a la acción de compras, creando así fidelización.

2.1. Procesamiento y análisis.

La información se procesó en función de las técnicas utilizada en la investigación. En lo que se refiere a la tabulación, se utilizó el programa estadístico SPSS 10.1.

3 RESULTADOS.

3.1 Técnicas de venta como factor generador de estímulos positivos en los clientes.

En la provincia de Santa Elena las distribuidoras de productos de consumo masivo no emplean apropiadamente las técnicas de ventas, por ende no se generan estímulos positivos en los clientes, ni se los educir, ni incentiva a la acción de compra, por ende no se crea una conexión entre el cliente y la empresa.

Es importante que empleen diferentes técnicas de venta en base al segmento de mercado, las técnicas de tipo directa más utilizada son:

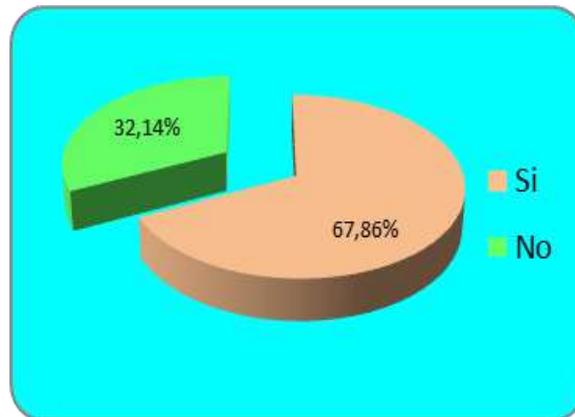
- 1.- Técnica del estímulo – respuesta.
- 2.- Técnica de satisfacción de necesidades.
- 3.- Técnica de la solución de problemas.

Estas se orientan en la técnica del estímulo – respuesta, que se refiere a causar un estímulo positivo a través del interés de la acción de la compra de un producto o servicio. La técnica de satisfacción de necesidades, en la cual el vendedor da a conocer las necesidades básicas que el producto podría llegar a satisfacer. La técnica de solución de problemas consiste en dar a conocer las posibles soluciones o beneficios del producto, induciendo a la acción de compra.

3.2 Construcción de experiencia de compra.

La mayor parte de los encuestados si tienen conocimiento de la distribuidoras locales de productos de consumo masivo, mientras que una parte considerable no tiene conocimiento debido a las limitadas gestiones de marketing que se emplean en la actualidad, es necesario gestionar de forma idónea acciones estratégicas que permitan crear conocimiento de marca efectivo en el mercado meta, por ende la importancia de que las empresas empleen estrategias de comercialización oportunas.

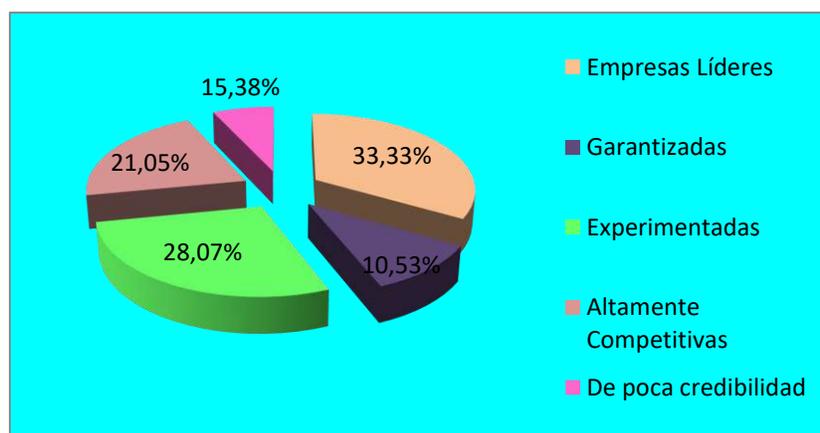
GRÁFICO No.- 1 Conocimiento de distribuidoras locales de la provincia de Santa Elena



3.3 PERCEPCIONES Y PERSPECTIVAS DE LOS CLIENTES EN BASE A LAS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN QUE EMPLEAN LAS EMPRESAS.

Se pudo identificar que de las personas que conocen sobre la distribuidoras locales, la mayor parte de la identifican como empresa líder, seguido de un gran grupo que la califica como experimentada, mientras que la menor parte la califica empresa de poca credibilidad, es importante que se aproveche las percepciones que tienen los clientes, potencializando esta oportunidad mediante la aplicación de estrategias de comercialización asertivas, basadas en las preferencias del mercado meta.

GRÁFICO No.- 2 Identificación de distribuidoras locales de productos de consumo masivo.

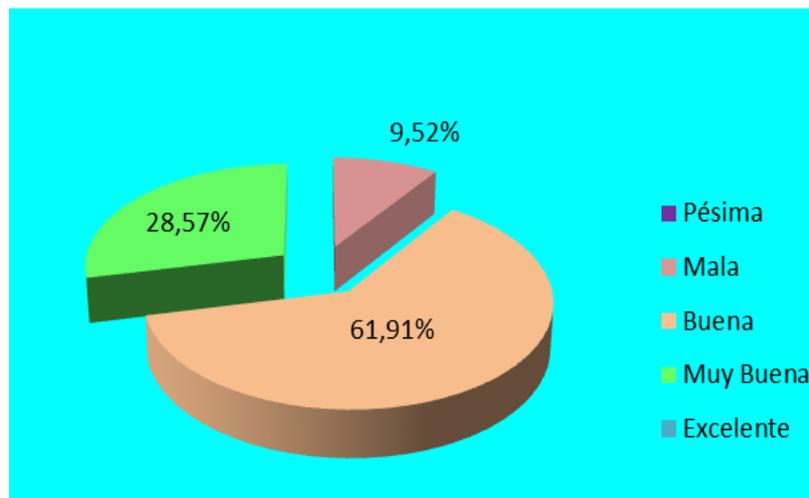


3.4 GESTIÓN INTEGRAL DEL PUNTO DE VENTA DETALLISTA.

Es indispensable Hacer que la compra del cliente sea hedonista es un componente más el servicio ofrecido por el establecimiento. El superar una expectativa en relación al producto ofertado por parte de la empresa Surtitodo así como la imagen que se pretende proyectar en el mercado meta. En el proceso de ventas deben de emplearse técnicas de venta que permita de forma indirecta causar un estímulo positivo en el cliente.

Se determinó que la mayor parte de los encuestados califican la imagen de la distribuidoras locales de productos de consumo masivo como buena, seguido de un grupo que califica como muy buena, mientras que la menor cantidad califica como mala, por ende considera necesario que debe proyectarse un posicionamiento positivo de la marca en el mercado meta y de esta manera generar conocimiento de marca de forma oportuna.

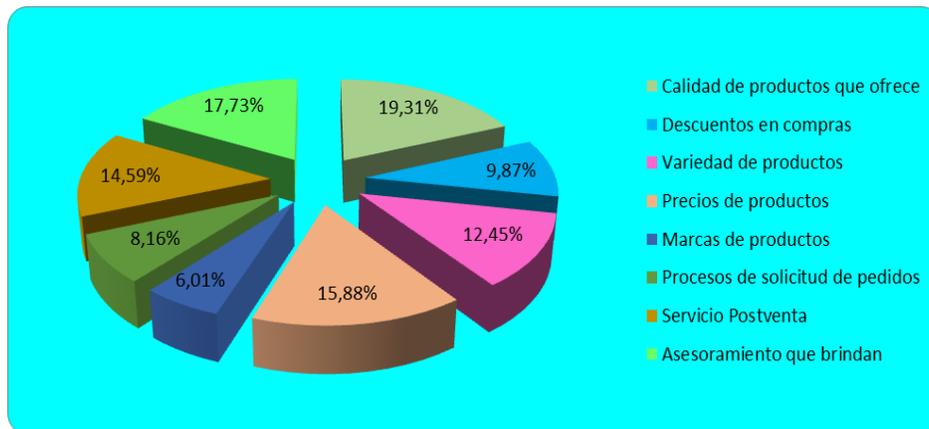
GRÁFICO No.- 3 Imagen actual de las distribuidoras locales de productos de consumo masivo



En un mercado competitivo las empresas deben emplear estrategias innovadoras y orientadas al segmento de mercado, puesto que no solo es suficiente que empleen herramientas de manera empírica, las acciones estratégicas deben basarse en un estudio de mercado, que permita dirigir los esfuerzos de marketing de manera apropiada, despertando el interés del mercado meta e induciéndolo a la acción de compra. Las empresas que comercializan productos de consumo masivo deben reconocer las necesidades del mercado meta, e identificar las ventajas de los productos para definir concepto publicitario adecuado y gestionar la marca de forma efectiva. Se determinó que la mayor parte de los encuestados consideran como aspectos más

importante al elegir un proveedor de productos de consumo masivo la calidad de productos que ofrecen, así como los precios; seguido de un gran porcentaje que consideran que el servicio postventa influye, mientras que la menor parte manifiesta que las marcas de productos que ofrecen afecta en las decisión de elegir un proveedor.

GRÁFICO No.- 1 Aspectos importantes al elegir un proveedor de productos de consumo masivo



4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

4.1 Consumidores dentro del proceso de venta.

(Armstrong y Kotler, 2013 Dirección de Marketing. Los consumidores compraran los productos o servicios que ofrece una empresa si se realiza una promoción a gran escala. Pág.10.

Por lo general los productos o servicios no se venden solos, siempre hay que promocionarlos de una manera que se vea atractivo para el cliente y de esta manera se puedan dar a conocer e incentivar la acción de la compra. La manera de hacer que la empresa promocióne o dé a conocer sus productos es mediante la utilización de herramientas promociones, tener una buena administración que tenga fijado los canales de distribución que se van a utilizar para hacer llegar los productos al mercado y los clientes tenga accesibilidad a ellos.

Es importante que se establezca de forma adecuada el mercado meta, debido a que en base a las necesidades y requerimientos que se determinen en la investigación de campo se deben establecer las estrategias de comercialización para la distribuidora Surtitodo que permita mejorar los índices de ventas. De las acciones de comercialización depende que el mercado meta adquiera de manera frecuente los productos que una empresa ofrece, generando así lazos de fidelidad.

La comercialización a través del tiempo se ha definido por ser la capacidad de respuesta de quien se dedique a la venta de productos y servicios, de tal manera se analiza los diferentes canales que les permiten tener una distribución eficiente, en el mercado donde se estén desarrollando la actividad comercial. Sin embargo la comercialización abarca los aspectos fundamentales que van en función del desarrollo de cada organización, considerada una herramienta eficaz para describir las irregularidades que se presentan en todo proceso de comercialización. Por ende las empresas deben estar en constante innovación de las acciones estratégicas de comercialización que emplean, para así acaparar el mercado, y mejorar el nivel de competitividad.

4.2 La competitividad de calidad y de precio.

(Balderas, 2009) La competitividad de calidad y de precio se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores al menor precio, si haya creado con un uso eficiente y productivo de los procesos productivos, y por lo tanto su precio de venta sea más competitivo.

Esto implica que el papel fundamental para la creación de estrategias de ventajas competitivas es verificar las actividades relevantes de la empresa para comprender los comportamientos a los costos y las fuentes de diferenciación existentes y potenciales además es muy importante tener en cuenta la cadena de valor que implica el autor para tener un mayor alcance al ejecutar la estrategia de competitividad.

La competitividad debe ir ligada al análisis conjunto de la cadena de valor de un solo sector, agrupada en: proveedor, empresa, canal de distribución, y canal del comprador.

5 CONCLUSIONES.

- Debido a la limitada aplicación de estrategias de comunicación no se ha generado conocimiento oportuno de las distribuidoras locales de productos de consumo masivo en la provincia de Santa Elena, ni se ha despertado la atención de nuevos clientes para que realicen compras frecuentes.
- En relación al débil posicionamiento de las distribuidoras locales de productos de consumo masivo en la mente del mercado meta, es inadecuada la imagen institucional que proyectan en la provincia de Santa Elena, por ende no se genera estima y preferencia de marca en los clientes, respecto de la competencia.

- Debido a la inexistencia de campaña de comunicación interactiva, no se genera valor de marca en el mercado meta, ni se facilita el acceso de información a los clientes, por tanto no se ha creado conocimiento efectivo de marca.
- En relación a la limitada aplicación de estrategia de distribución vertical no se crean estímulos positivos en los clientes meta, al no emplear acciones basadas en preferencias, necesidades y gustos de los clientes, por ende no se ha generado preferencia de marca.
- Debido a que no se implementan estrategia de marketing interactivo, no se ha creado contacto dinámico entre las distribuidoras locales de productos de consumo masivo y los clientes, al no enfocarse adecuadamente acciones sólidas, por ende no se generan vínculos sólidos.

6 BIBLIOGRAFÍA.

- [1] **ARMSTRONG, G., KOTLER, P., MERINO, M. J., PINTADO, T., & JUAN, J. M.** (2011). Introducción al Marketing (Tercera Edición ed.). Madrid, España: Pearson Educación.
- [2] **BLANCO FERNANDO.** (2012). Dirección de Ventas, liderazgo en el siglo XXI. Bogotá: Nobuko.
- [3] **GUTIÉRREZ PULIDO, H.** (2010). Calidad Total y Productividad (Tercera Edición ed.). México: The McGraw-Hill Companies.
- [4] **HITT, M. A., IRELAND, R. D., & HOSKISSON, R. E.** (2009). Administración Estratégica: Competitividad y Globalización. Conceptos y Casos (7a. edición ed.). México: Cosegraf.
- [5] **KOTLER, P., & LANE KELLER, KEVIN.** (2012). Dirección de marketing. México: Pearson Educación.
- [6] **LOVELOCK, C., REYNOSO, J., D´ ANDREA, G., HUETE, L., & WIRTZ, J.** (2011). Administración de Servicio: Estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios. México: Pearson Educación.
- [7] **MÉNDEZ ÁLVAREZ, C. E.** (2009). Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Bogotá: Editorial Limusa.

037. ANÁLISIS DE LAS INCIDENCIAS PRODUCTIVAS Y FINANCIERAS OBTENIDAS DE LAS COMUNICACIONES IP EN LOS PRINCIPALES RETAIL DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Autores:

Ing. Logan Berni Morán, Magister en Administración de Empresas con Mención en Negocios Internacionales, Docente y Gestor de Seguimiento a Egresados, logan.bernim@ug.edu.ec.

Ing. Cynthia Legarda Arreaga, Magister en Tributación y Finanzas, Docente y Gestora en el Departamento de Acreditación en la Fac. Ciencias Administrativas cynthia.legardaa@ug.edu.ec

Econ. Veronica Coronel Perez, Master of Bussiness Administration, Docente y Jefe de Área Investigación en la Fac. Ciencias Administrativas veronica.coronel@hotmail.com.
Universidad de Guayaquil

Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar las incidencias productivas y financieras obtenidas al implementar las comunicaciones IP en los principales "Retail's" de la ciudad de Guayaquil. La importancia de la investigación, se debe al crecimiento y a la apropiación tecnológica de las comunicaciones IP en las empresas del Ecuador. Las tecnologías de telecomunicaciones IP son todas aquellas tecnologías que permiten integrar múltiples aplicaciones y servicios (voz, datos, imágenes y video,) en una misma arquitectura basada en protocolo IP. La metodología utilizada fue un estudio del tipo descriptivo y explicativo con un diseño de campo, además de documental. Para lo cual se obtuvo información por medios de herramientas de análisis como las entrevistas realizadas a los administradores, software especializados para la recopilación de datos como eficiencia, niveles de servicio, información con la que se midió la productividad del sistema, número de llamadas realizadas entre agencias con la cual se conocieron los costos del uso de esta tecnología, se consultaron a expertos en los sistemas de comunicaciones con el fin de conocer el costo de la infraestructura implementadas y análisis de la misma, Los resultados obtenidos indican que la integración de este tipo de tecnologías genera una incidencia positiva en lo productivo, medido a partir de parámetros de eficiencia y niveles de servicio en la atención al cliente interno y externo, también se obtuvo un balance optimista en lo financiero, debido al ahorro de costos que se generan a partir del uso de estas tecnologías. .

Palabras clave:. Comunicaciones IP; Retails, Comercialización, Mejora, Tecnología.

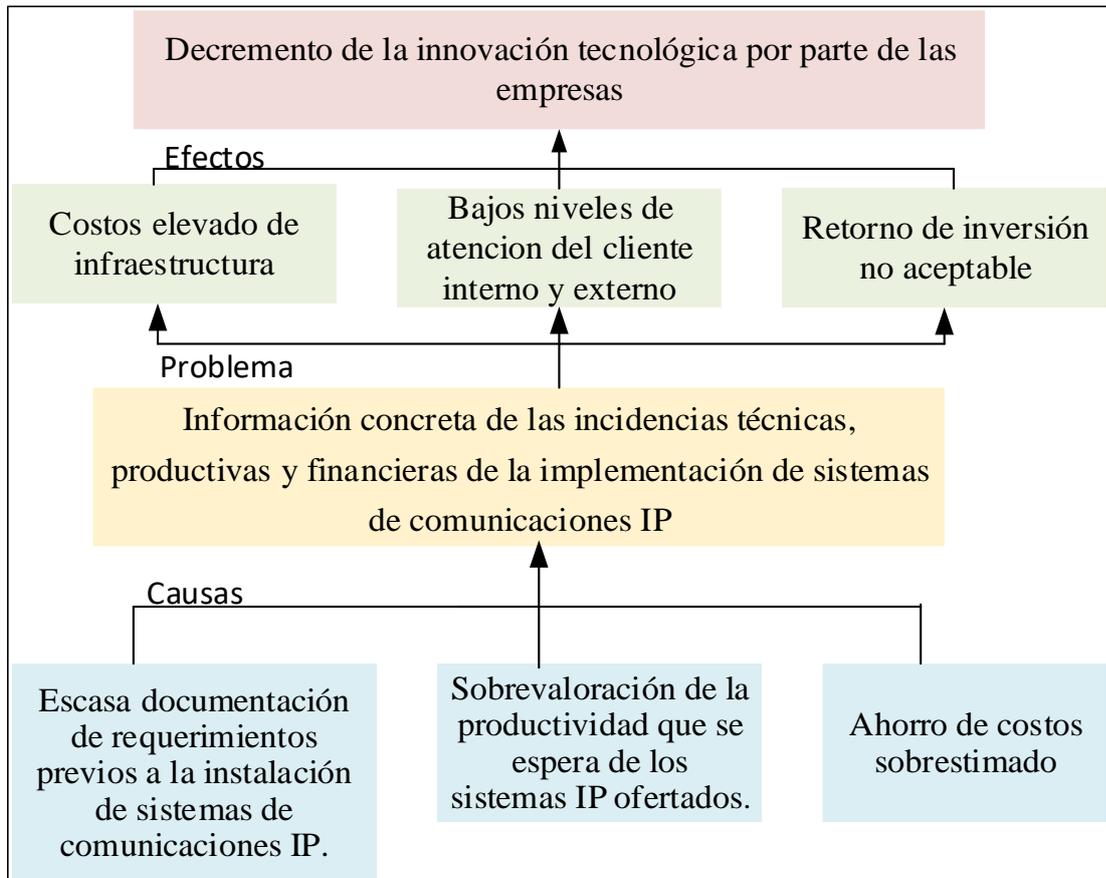
INTRODUCCION

En la última década Ecuador ha venido realizando cambios en sus políticas económicas, tecnológicas y sociales los mismos que están enfocados en el desarrollo de las fuerzas productivas con la formación de talento humano y en la generación de conocimiento, innovación, nuevas tecnologías, buenas prácticas y nuevas herramientas de producción. Estos cambios afectan al sector de las telecomunicaciones con la puesta en marcha de nuevas ofertas tecnológicas que ayudan al mejoramiento de las comunicaciones y es motivo por el cual las empresas se ven en la obligación de ser cada vez más eficientes y tratar de hacer uso de estas nuevas tecnologías y en muchos casos para lograr sus objetivos, las empresas se plantean la adquisición de nuevas herramientas tecnológicas.

El implementar nuevas tecnologías en las empresas tiene como principio generar procesos que ayuden en la mejora de su productividad y competitividad. Empresas como las de “**retail**” estudian muy cuidadosamente sus inversiones y estrategias comerciales entre sus principales preocupaciones es qué los sistemas tecnológicos en los que se invierte tengan el retorno de inversión esperado, tomando en cuenta lo anteriormente expuesto, se requiere de información y de estudios que permitan la evaluación de estas tecnologías en tiempo real no solo información teórica o comercial de sus beneficios si no también resultados medibles y comparables para poder evaluarlos y determinar la viabilidad de acuerdo a las diferentes visiones de las empresas.

Para la delimitación del problema de esta investigación se revisaron las causas y efectos para lo cual se plantea el siguiente árbol de problema, ver figura 1. Las comunicaciones IP es el siguiente salto después de la telefonía digital pero este tipo de tecnología a diferencia de la telefonía tradicional requiere de una adecuación o restructuración de la red de datos de las empresas previo a su implementación y muchas veces esto no es tomado en consideración y es uno de los principales errores al momento de querer hacerse de los beneficios de esta tecnología, otra de las posibles causas de desinformación es debido a que en los actuales momentos existe una gran oferta de un sin número de proveedores de soluciones tecnológicas que ofertan como principal ventajas de las comunicaciones IP la productividad y el ahorro de costo pero no especifican en que consiste esta productividad y de que depende y como es medida es muy posible que estos sistemas sean menos productivos que el sistema telefónico con el que las empresas cuentan actualmente, con respecto al ahorro de costo puede darse pero la pregunta es el ahorro generado retornara la inversión que se tenga que hacer para implantar las comunicaciones IP.

Figura 1
Árbol del problema



Nota: Elaborado por los autores de la investigación.

Los efectos de una implantación de sistemas de comunicaciones IP sin haber realizado un levantamiento de información y un análisis detallado de las soluciones pueden dar a lugar a más de la inversión realizada en la compra del sistema de comunicaciones IP gastos no previstos que encarecen la solución, otro aspecto es no lograr la productividad deseada y que la misma disminuya en lugar de aumentar no haber previsto el costo de inversión vs el ahorro esperado y que el retronó de inversión no sea el apropiado, y a partir de estas malas experiencias tengan como consecuencia la no adopción de estas tecnologías por parte de las empresas.

En el siguiente estudio se evalúa los **retails** en sus infraestructuras, los resultados obtenidos y se determina de acuerdo a las necesidades productivas y financieras que modelo es más eficiente en función de la prioridad de las empresas lo que da una pauta a cualquier administrador de que resultados se obtendrían al momento de querer implantar comunicaciones IP en su empresa. La presente investigación se fundamenta en responder la siguiente pregunta: ¿Cuál es el impacto técnico, productivo y financiero de los sistemas de comunicaciones IP en los Retail de la ciudad de Guayaquil?

Para determinar los factores que permiten una correcta integración de las comunicaciones IP se utilizó la entrevista dando como resultado

Sistemas implantados. La integración de equipos propietarios y robustos para la matriz y de equipos IP o equipos FXS en las sucursales la ventajas de la implantación de estos sistemas son la seguridad, las prestaciones tecnológicas y su compatibilidad con otras marcas las mismas que se utilizan como complemento de la comunicación.

La Infraestructura de red. De los datos obtenidos la red de voz y de datos deben de ser independiente con tendencia a la aplicación de cableado de red categoría 6 tanto para voz como para datos.

La red activa también tiene que ser ampliada o migrada a una red administrable y tener la capacidad de poder brindar segmentación de tráfico y calidad de servicio. El ancho de banda de los enlaces de datos también deben de ser ajustados, para realizar estos cambios en la red de datos se debe de tener claro cuál va a ser la necesidad que se deben cubrir con las comunicaciones IP si la misma es una migración completa de la telefonía de tradicional a IP o simplemente comunicación con las sucursales remotas.

Con relación al conocimiento de las comunicaciones IP. En esta etapa de la investigación se determinó las principales funcionalidades telefónicas con las que deben de contar los sistemas de comunicaciones IP, también se reconoció la necesidad de invertir en equipos que tenga soporte local puesto que mientras de mayor tamaño sea el sistema se vuelve compleja su administración y mantenimiento por lo se requiere de asistencia local con respaldo del fabricante, para asegurar el correcto funcionamiento de estos sistemas.

La productividad que fue medida en los diferentes retail dio como resultado que el retail donde se incorporó una infraestructura muy robusta utilizando en la mayoría de sus sucursales servidores de comunicaciones alcanzo como resultado un nivel de eficiencia del 78,69% y de servicio de un 93,67%, mientras los retail con infraestructuras donde solo la Matriz y unas cuantas sucursales principales instalaron servidores de comunicación obtuvieron un 69,66% en eficiencia seguido de un nivel de servicio del 77,05%, los retail donde la mayor parte de sus sucursales solo se instalaron equipos de troncales IP y asumiendo una gran infraestructura tecnológica en matriz obtuvieron resultados de eficiencia del 54,68% y 56,66% y de servicio de un 68,88% y 68,87% respectivamente.

De estos resultados se determinó que mientras las empresas de retail posean servidores de comunicaciones en la mayor parte de la infraestructura se alcanzaria un alto nivel de productividad mientras que con equipos que con una infraestructura más limitada tecnológicamente como es la de Gateway genéricos la productividad es menor.

Retorno de inversión. Del análisis financiero se establece que los proyectos son rentables en la mayoría de los retail que acogieron un equipamiento mixto con un servidor de comunicaciones en su matriz y equipos Gateway genéricos en sus agencias. También se determina que el mayor costo de la infraestructura que se invierte es en la matriz y es así que una vez realizada la inversión en la matriz el crecimiento en locales genera un aumento en el ahorro de costos y la inversión es mínima.

Esto dio como resultado que a mayor número de sucursales como es el caso de retail 2 con 101 sucursales se tiene una TIR de \$ 54.636,83 y una VAN de 68% y retail 4 con 165 sucursales con una TIR de \$ 20.056,37 y una VAN de 24% resultan ser más rentables, mientras que los que tienen un menor número de sucursales tienden a tener una menor viabilidad, como es el caso de Retail 3 con una TIR de - \$ 9.556,70 y una VAN del 8%, el caso del Retail 1 en el que la TIR y la VAN indica la no viabilidad de estos proyectos a corto plazo, por su infraestructura robusta y con mayor alcance de vida productiva el mismo se vuelve rentable a los 8 años con una TIR de 16% y una VAN de \$ 8.741,50

Los retail que han adquirido equipos mucho más baratos en sus sucursales remotas lo han hecho como una solución a corto plazo por la necesidad de la comunicación entre la matriz con sus sucursales, pero están manteniendo su infraestructura actual y en muy poco tiempo con las nuevas tecnologías tendrán que ir cambiando o robusteciendo este equipamiento lo que generara una nueva inversión. Mientras aquellos retail que invirtieron en servidores de comunicaciones para toda su infraestructura diseñada para soportar los nuevos despliegues tecnológicos y que a corto plazo no son rentables los mismos serán rentables a un mayor número de años porque al soportar los nuevos avances tecnológicos su vida útil es mucho mayor, en el estudio se determinó que este modelo de sistemas se vuelven rentables a los 8 años.

Contraste de resultados con otras investigaciones. Al igual que en este estudio (Wright Diaz, 2012) se determinó la principal ventaja productivas de las TIC sobre las empresas es que estas proporcionan flexibilidad, autonomía y fácil comunicación. Resultado que concuerda con la productividad obtenida con solo implementar estos sistemas.

De los resultados de la infraestructura de red (De Oliveira Guerra, 2004) concluye en las adecuaciones previas a la implementación de comunicaciones IP el realizar estudios de tráfico para determinar el ancho de banda necesario, soluciones basadas en capa 2, virtualización de red, calidad de servicio.

Limitaciones del estudio

La principal limitación fue no poder obtener información como entrevistas a funcionarios de entes públicos debido a políticas de discrecionalidad de la información tampoco existe información estadística del porcentaje de utilización de

las nuevas tecnologías IP ofertadas por los proveedores públicos de telefonía, el tiempo definido para la investigación es muy corto tomando en consideración que las visitas de campo como entrevistas y observaciones requieren de permisos en los entes en las que se realizan y en muchas ocasiones no son fáciles de obtener, la limitación al número de hojas del documento también es un inconveniente debido a que se deja a un lado información para tratar de englobarse en este limitante.

Futuras líneas de investigación

Dentro de las comunicaciones IP actualmente existen nuevas aplicaciones como son los sistemas telefónicos inalámbricos IP. Soluciones telefónicas en la nube que por su novedad hay pocos estudios que nos permitan conocer sus facilidades y factibilidades dentro del esquema empresarial. Otra de las investigaciones futuras es la apropiación de las nuevas trocales IP por parte del sector empresarial de la ciudad de Guayaquil. Futuras investigaciones deberían intentar aclarar la situación que aún crea contradicciones acerca de si las comunicaciones voz sobre IP de redes sociales como Whatsapp generan un impacto positivo en las comunicaciones empresariales.

Aspectos novedosos

En el análisis de la productividad se pudo determinar que los retail con equipamiento más productivo son aquellos que se enfocan a contar con facilidades telefónicas que ayudan a la atención del cliente interno y externo, pero se encontró que una forma evitar este recurso es la educación continua en atención al cliente de los usuarios de la tecnología.

MATERIALES Y METODOS

Se realizó un estudio descriptivo transversal que abarcó los meses de junio a agosto del 2015 en la Facultad de Ciencias Administrativas dirigido a analizar las incidencias productivas y financieras obtenidas de las comunicaciones IP en los principales retail de la ciudad de guayaquil.

El diseño de la investigación fue de campo la que permite el análisis sistemático de problemas de la realidad, con el propósito bien sea de describirlo, interpretarlos, entender su naturaleza, explicar sus causas y efectos o predecir su ocurrencia (Muñoz Razo, 2011) Basándose en un análisis documental que es la obtención de información documentada de temas que se relacionen con la investigación.

La población y la muestra

Las compañías seleccionadas son las que pertenecen al CIIU G 4711.00 y G 4759.94. G 4711.00 son compañías dedicadas a (Venta al por menor de gran variedad de productos entre los que predominan, los productos alimenticios, las

bebidas o el tabaco, como productos de primera necesidad y varios otros tipos de productos, como prendas de vestir, muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos (tienda de víveres) etc. Mientras las referenciadas con G4759.94 se dedican a (Venta al por mayor de electrodomésticos de consumo: refrigeradoras, cocinas, lavadoras, etcétera. Incluye equipos de televisión estéreo (equipos de sonido).

Para este estudio se analizaran aquellas empresas de mayor representatividad en el ámbito nacional por sus ingresos, ventas, personal ocupado, presencia a nivel nacional. Esta información se extrajo de la página web de la superintendencia de compañías, donde se establecen las 1000 compañías más importantes del Ecuador. Para ver la representatividad del sector de retail podemos acceder a información de la superintendencia de compañías en donde este sector representado por supermercados esta entre los cinco sectores que más facturación presentaron en el 2012, fuente (Revista Ekos, 2013)

Entre los métodos empíricos se utilizó la entrevista, realizada de forma intencionada en 100 empresas. De los cuestionarios aplicados se obtuvieron del primero, 90 válidos para ser procesados y analizada su información; del segundo, 89 resultaron útiles. Para el proceso matemático, se utilizó la prueba de distribución libre de Cochran para $K > 2$ muestras pareadas, el nivel de significación se estableció para el nivel de significación se estableció para $p < 0.05$; se empleó el software estadístico SPSS ver. 22 para el procesamiento de los datos. Además se empleó una prueba de hipótesis de T para la comparación de dos proporciones; el nivel de significación se estableció para $p < 0.05$.

CONCLUSIONES

La integración de las comunicaciones voz sobre IP por parte de los grandes operadores de troncales públicas hace que esta tecnología sea acogida por las empresas de los diversos sectores de la economía razón por la cual es necesario tener conocimiento sobre las afectaciones que las mismas generan, como cambios en la infraestructura, funcionalidad de la telefonía, el aporte a la productividad. En el presente documento se recopiló información sobre los tópicos más relevantes que los sistemas telefónicos IP requieren previo a su implantación y los posibles beneficios que los mismos generan

Se recopiló información que ayuda a la estructuración de la red de datos con el objetivo de estar preparados para la implantación de los sistemas telefónicos IP con aspectos como la topología de red, características del cableado, características del equipamiento activo, el tipo de tecnología y escalabilidad de la misma con el que en la actualidad el operador público se encuentra ofertando, otros de los aspectos tomado en consideración es el análisis del tráfico para tener la capacidad de determinar la cantidad de canales necesario para no tener problemas de saturación

de los enlaces así mismo también se aporta con información que ayudara a determinar la cantidad de ancho de banda de acuerdo a la cantidad de canales y compresores que se tenga que utilizar y con esta información disponer el ancho de banda necesario.

Es necesario cuando adquirimos nueva tecnología poder sustentar su compra y la necesidad de la misma por este motivo en este estudio se definen dos herramientas como es el poder medir la productividad de los sistemas la misma que en muchas ocasiones es determinada de acuerdo a la percepción de los usuarios, otra herramienta importante es el poder evaluar el retorno de inversión que estas tecnologías ofrecen y poder conocer los costos de acuerdo al esquema que más se acople a las necesidades de cada organización.

Como aspecto relevante se encuentra la elaboración de un manual de valoración y análisis que da una guía básica para la implantación de comunicaciones IP considerando aspectos que en muchas instalaciones no se analizan y estos generan problemas a futuro. Se ayuda a estipular una medida real de la productividad de los sistemas IP a través de parámetros medibles que nos ayudan a determinar cuáles son los verdaderos alcances de estas infraestructuras.

Quedan abierta las posibilidades a otros investigadores el describir las nuevas soluciones tecnológicas que con la implementación de los sistemas de comunicaciones IP puedan llagar a acogerse como la integración de telefonía IP inalámbrica, redes sociales integradas a estos sistemas, etc.

REFERENCIAS

- Alfonso, V., Arango, E., & Arias, F. (2013). *Ciclos de negocios en Colombia*. Medellín: Lect. Econ. no.78.
- Bermeo, C. (2013). *Voz Sobre IP: La Tecnología, Sus Servicios y Aplicaciones*. Ecuador: Universidad Politecnica Salesiana.
- CISCO. (22 de Abril de 2015). *Voz y comunicaciones unificadas*. Obtenido de http://www.cisco.com/cisco/web/support/LA/102/1027/1027774_cme-sip-trunking-config.html
- Corporación El Rosado. (1 de 1 de 2013). *El Rosado* . Obtenido de <https://www.elrosado.com/sitio/QuienesSomos.jsp>
- Corporación Favorita. (1 de Enero de 2012). *Historia corporación favorita S.A.* Obtenido de <http://corporacionfavorita.com/portal/es/web/favorita/historia>
- Corporación Nacional de Telecomunicaciones. (20 de 12 de 2014). *Troncales Telefónicas IP GPON*. Obtenido de (<https://www.cnt.gob.ec/telefonía/plan-corporativo/troncal-telefonica-ip-gpon/>)
- Corporación Nacional de Telecomunicaciones. (07 de 5 de 2015). *Producto E1 R2*. Obtenido de http://soy.cnt.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=97:multi&catid=29:prodtelefonía?Itemid=27

- Crecoscorp, c. (15 de Diciembre de 2015). *Creditoseconomicos.com/quienes-somos*.
Obtenido de Ccreditoseconomicos.com/quienes-somos:
<https://www.creditoseconomicos.com/quienes-somos>
- De Oliveira Guerra, S. (2004). *Una propuesta de arquitectura MPLS/DIFFSERV para proveer mecanismos de calidad de servicio en el transporte de telefonía IP*. Madrid: Universidad Politecnica Madrid.
- Gomezjurado Zevallos, J., Nuñez Sánchez, J., Cordero Iñiguez, J., & Uyaguari Uyaguari, F. (2014). *Historia de las telecomunicaciones en el Ecuador*. QUITO: CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES.
- Guerrero, J. (26 de Abril de 2013). Ministro de telecomunicaciones del Ecuador. (E. Inmediato.com, Entrevistador)
- IBM. (Enero de 2012). *Reinventando la distribución minorista*. Obtenido de http://www-05.ibm.com/services/es/bcs/pdf/REW03013-ESES-01_HR.pdf
- INEC. (2012). *Clasificación Ecuatoriana de actividades económicas*. Quito: Inec.
- Instituto Nacional de estadísticas y censos. (12 de Enero de 2012). *Principales Indicadores de actividades, tecnologías e Innovación*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Ciencia_Tecnologia/Presentacion_de_principales_resultados_ACTI.pdf
- Luxor Technologies. (23 de enero de 2014). *Métricas de Atención y Productividad para el call center*. Obtenido de <http://www.luxortec.com/blog/metricas-de-atencion-y-productividad-para-call-center/>
- Ministerio de telecomunicaciones y de la sociedad de la información. (15 de Enero de 2014). *Tecnologías de la información y comunicaciones para el desarrollo*. Obtenido de Tecnologías de la información y comunicaciones para el desarrollo: <http://www.industrias.ec/archivos/CIG/file/CARTELERA/MINTEL-TIC%20para%20el%20Desarrollo.pdf>
- Montgomery, D. (2004). *Control estadístico de la calidad*. Mexico: Limusa Wiley.
- Muñoz Razo, C. (2011). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis*. Mexico: Pearson Educación.
- Revista Ekos. (1 de 3 de 2013). *www.ekosnegocios.com*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/728.pdf>
- Revista Lideres. (2010). *Retail enganchan a los consumidores*. Guayaquil: Revista Lideres.
- Revista Lideres. (21 de 02 de 2014). *www.revistalideres.ec*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/ventas-retail-enganchan-consumidores.html>.
- Sanchez, I., & Cano, R. (2013). *Evaluación del impacto de los canales con desvanecimiento sobre la calidad de experiencia en sistemas VoIP*. Cartagena: Universidad Politécnica de Cartagena.
- Servicios de rentas internas del Ecuador. (14 de 08 de 2014). *Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/depreciacion-acelarada-de-activos-fijos>

- Soler Ferran, P. (9 de Agosto de 2015). *Historia de la telefonía en España*. Obtenido de <https://historiatelefonía.com/page/4/>
- Telecomunicaciones para Gerentes. (2014). *H.323 y SIP: hacia la convergencia*. Ecuador: Telecomunicaciones para Gerentes.com.
- Telefonía Voz IP. (2014). *¿Que es VoIP? ¿Que es la Telefonía IP?* El Salvador: Telefoniavozip.com.
- Townsend, J. (2015). *Metodo de investigación*. Obtenido de <http://direccion-de-tesis.blogspot.com/p/clasificacion.html>
- Wright Diaz, C. (2012). *Impacto de apropiación de la TICs en la productividad de las empresas manufactureras de Cartagena: modelación y creación de mecanismos de adaptación*. Cartagena de Indias: Universitat OBerta de Catalunya.

038. LA FALTA DE SOSTENIBILIDAD EN EL TIEMPO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS EMPRESAS FAMILIARES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Autores:

MARÍA ANDREA SERRANO VEINTEMILLA
DR. RAFAEL ANTONIO SORHEGUI ORTEGA

RESUMEN

Las empresas familiares surgen con la historia de la economía, es decir, desde la comunidad primitiva donde el hombre, luego de iniciar con la labranza de la tierra, el cuidado de animales y el dominio del fuego, comienza a agruparse en pequeñas sociedades en donde todo se comparte. La empresa familiar es un modelo de negocio con varias ventajas, que adecuadamente gestionada, puede encontrar el éxito deseado, como lo demuestra la infinidad de casos de emprendimientos en todo el mundo, las que se han sobrevivido, consolidado y crecido a lo largo del tiempo, lo que les ha permitido convertirse en grandes corporaciones. Bajo este esquema se realizó un estudio para determinar aspectos que influyen en la falta de éxito de los emprendimientos en las empresas familiares en Guayaquil. La investigación permitió establecer una definición de empresa familiar, considerando que Guayaquil tiene el mayor número de empresas familiares del país. El 80% de las firmas que operan en la ciudad son empresas familiares. Con el fin de realizar un diagnóstico de los emprendimientos familiares, se realizó la aplicación de una encuesta aplicada a 71 emprendedores de empresas familiares de la ciudad de Guayaquil. Posteriormente se realizó un análisis de las empresas en la ciudad de Guayaquil, en donde se estableció como ejemplo a la empresa Abaco Advisors que ofrece servicios de Asesoría Legal, Negocios, Gobernabilidad y Talento Humano. Finalmente se realizó una propuesta, conformada por las características para identificar una empresa familiar, estrategias para mejorar una empresa familiar y la propuesta de un modelo de mejoramiento del gobierno corporativo.

La Empresa Familiar

Las investigaciones relacionadas con la empresa familiar es relativamente nueva, con respecto a la historia del comercio mundial, ya que recién durante la década de 1960 se elaboraron los primeros trabajos que tienen relación con el funcionamiento, la estructura y el desarrollo de este tipo de empresa, en donde se destacaron las ventajas y desventajas de constituirlo. A partir de 1980, con el impulso de organismos asesores y en base a las investigaciones enfocadas en el desarrollo de la empresa familiar, surgieron datos más concretos basados principalmente en la práctica.

La empresa familiar como cualquier otro tipo de organización, “crean estructuras, planes, construyen un ideal común, buscan oportunidades y están dispuestos a adaptarse a los cambios y que desde la creación del negocio estarán en constante conflicto de intereses”. (Cevallos, 2008)

Un estudio realizado por el Centro para la Empresa Familiar de la Universidad de St. Gallen, Suiza en el 2014 donde en lista a las 500 empresas de propiedad familiar más grandes del mundo, basándose en sus ingresos, destaca que: “las empresas familiares, que constituyen entre 80 y 90% de las empresas en todo el mundo, son un importante motor del PIB y el crecimiento del empleo”. (Universidad de St. Gallen, 2014)

En el estudio se apunta que : “Los miembros del índice Family 500 combinan ventas totales anuales por 6.5 billones de dólares, suficientes como para ser la tercera economía más grande en el mundo (superada sólo por EU y China) y emplean a casi 21 millones de personas, alrededor de 42,000 personas por empresa, en promedio. El conjunto de datos incluye a empresas privadas con más de 50% de propiedad familiar de derecho de voto y empresas públicas con al menos 32% de propiedad familiar de derecho de voto. La cifra fue determinada luego de que los analistas de datos en St. Galen observaron que “en los países de la OCDE, en promedio, 30% de los votos son suficientes para dominar la asamblea general de una empresa pública.” (Universidad de St. Gallen, 2014)

La empresa familiar, como parte de un sistema económico y de comercio, tiene un rol importante en el desarrollo de la sociedad en general, debido a que genera empleo, provee bienes y servicios para satisfacer necesidades de la comunidad, promueve la inversión y dinamiza la economía.

“Una empresa es familiar cuando existen importantes nexos de unión entre la empresa y la familia; la cultura de ambas, constituida por valores y supuestos básicos de actuación, es permanente y voluntariamente compartida”. (Gersik, 2014, págs. 1-8)

Una empresa familiar es un negocio donde los integrantes de una familia se unen para iniciar una actividad económica, tomar decisiones en conjunto, realizar tareas compartidas y distribuirse los beneficios obtenidos de forma equilibrada. El mayor número de empresas establecidas alrededor del mundo son consideradas empresas familiares.

El modelo de empresa familiar, como parte de las pequeñas y medianas empresas, tiene una característica común que: “es la ausencia de estructuras formales y sistemas confiables a nivel interno, por lo que su profesionalización consiste en establecer las estructuras, políticas y sistemas que aseguren el funcionamiento exitoso de la empresa.” (Cevallos, 2008, pág. 76)

En ocasiones surgen conflictos en las empresas familiares debido al choque entre los valores familiares con los principios de gestión de la organización, que está compuesto por los sistemas de propiedad, control y familia, surgiendo una problemática reflejada en los niveles de competitividad empresarial.

También una de las razones de la poca sostenibilidad se encuentra en que la empresa familiar es sus inicios es por lo general informal, sin una organización instituida ni políticas definidas, ya que empiezan sus negocios sin asesoramiento, confiando en su capacidad, conocimientos y ganas disponer de una fuente de ingresos propio, sin depender de ninguna otra persona u organización, realizando actividades extraordinarias para mantener y consolidar su empresa. La empresa familiar tiene graves problemas para hacer frente a la necesaria renovación organizativa administrativa, operativa y financiera.

Las dificultades que en muchas ocasiones enfrentan este tipo de negocios - el 30% de las empresas familiares cierran por problemas en los relevos generacionales o sucesión de mando- no impiden que llegue a ser empresas familiares sólidas, competitivas y exitosas, para lo que es necesario que tengan en consideración una serie de aspectos claves para hacer frente a los obstáculos que se presentarán para desarrollar sus actividades.

Las empresas familiares y el modelo de negocio

En la mayoría de empresas familiares se administran conforme lo requieren los propietarios. Las condiciones bajo las cuales inicialmente fueron creadas, no son las mismas luego de un período de tiempo, el empresario debe estar continuamente preparado para afrontar los cambios globales y tecnológicos, puesto que para alcanzar el éxito deben tener una visión de futuro con una perspectiva y un modelo de gestión competitiva.

Los dueños de empresas familiares deben entender que para mejorar la productividad de sus negocios y generar valor necesitan desarrollar un modelo de negocio propio. Dicho modelo debe considerar entre otros: El futuro de la empresa, es decir la Estrategia, el Esquema de Gobernabilidad, denominado sencillamente Junta de Gobierno, el cual incluye las reglas de interacción y los límites de actuación de los miembros de la empresa, el modelo de Reportes de Gestión o sistema de rendición de cuentas, Los procesos claves, la red de valor, que incluye a los proveedores, contratistas, relacionados e incluso el medio ambiente que les rodea, el personal y la tecnología, sobre todo en los aspectos relacionados con el desarrollo de competencias claves y su profesionalización. (Pérez, 2014)

La empresa familiar es un modelo de negocio con grandes ventajas que puede alcanzar el éxito, ya que con el tiempo se pueden ir consolidando y creciendo para incluso transformarse en grandes corporaciones. Igualmente podría haber otras empresas que no puedan ser capaces de sobrevivir a sus fundadores por las habituales dificultades de conciliar la relación entre la empresa y la familia.

Las empresas familiares se caracterizan por una estructura organizativa mayoritariamente personalista: con una limitada formalización, una elevada centralización de las decisiones en la gerencia, elevada dependencia de los líderes familiares, una baja utilización de comités directivos, y una reducida formación del equipo directivo en gestión. Igualmente, una reducida definición explícita de las responsabilidades y los centros de responsabilidad y una limitada utilización habitual de consultores por parte de la alta dirección. La gobernabilidad se refiere al conjunto de reglas, procedimientos y prácticas establecidas en la empresa que establecen los límites y los incentivos para el comportamiento de los individuos y sus organizaciones. La gobernabilidad permite mejorar la eficacia y eficiencia de las organizaciones. El concepto de gobernabilidad reconoce que las instituciones no son organizaciones autómatas que pueden ser modificadas sólo con recursos de ingeniería instrumental, sino que son construcciones del proceso social fruto de la historia y de la responsabilidad principalmente de sus integrantes. (Pérez, 2014)

La mayoría de los propietarios de empresas familiares no consideran que deban desarrollar su modelo de negocio de una manera formal, para que funcione sin ellos, debido a que hay una gran diferencia entre ser dueño de un negocio y trabajar en el negocio para el cual es dueño.

Las empresas familiares deben considerar el uso de los elementos básicos que caracterizan la gobernabilidad: La Junta Directiva es el órgano administrativo de la empresa, sin otras limitaciones que las establecidas en la ley y los estatutos, realiza el seguimiento del desempeño en función del plan de negocios; El presidente realiza la gestión diaria de los negocios y ejerce la representación de la sociedad de acuerdo a lo establecido en sus estatutos; Los Directores tienen como función apoyar las actividades de planificación, coordinación, supervisión y control de la corporación y otras funciones que delegue la junta directiva; Los Comités tienen como objetivo facilitar el trabajo de dirección y administración de las actividades de la junta directiva. Generalmente existen los Comités de Operaciones, y el Comité de Ofertas y Contratación. (Pérez, 2014)

Las empresas familiares son estructuras básicas en el sistema económico de nuestro país. Una de sus principales características que tiene es su aptitud de

permanencia que le lleva a adoptar una perspectiva de largo plazo, sin embargo, tiene otros aspectos propios que confieren una mayor complejidad debido a que entran en juego diversos elementos: empresarial, familiar y propiedad.

Las empresas familiares en la ciudad de Guayaquil

Los datos emitidos por el último Censo Económico del Ecuador, realizada durante el año 2012, a nivel nacional existen 704.556 empresas, a nivel de la provincia del Guayas 135.365 y específicamente en la ciudad de Guayaquil 97.374 empresas. Estimaciones realizadas por la Cámara de Comercio de Guayaquil, el 80% pertenecen al grupo de empresas familiares.

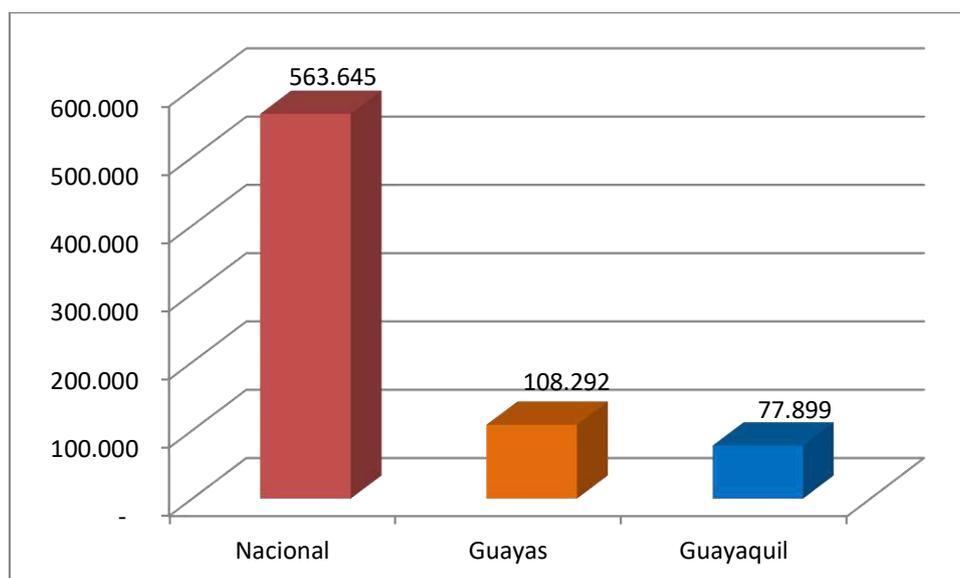


Figura 1: Conformación de empresas familiares en la ciudad de Guayaquil.

Fuente: INEC-2012

La generación de ingresos por ventas está relacionada con la orientación productiva que tiene este sector, en donde la mayoría de establecimientos están dedicados a actividades comerciales y de servicios.

Tabla 1: Diez actividades económicas principales a nivel nacional

ORD.	ACTIVIDAD	ESTABLECIMIENTOS
1	Venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas y tabaco	87.244
2	Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas.	44.722
3	Venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos	25.432
4	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores.	20.437

5	Otras actividades de telecomunicaciones.	17.528
6	Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en puestos	15.627
7	Otras actividades de venta al por menor en comercios no especializado	15.474
8	Venta al por menor de alimentos en comercios especializados.	14.634
9	Actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza.	14.426
10	Venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales	10.884

Fuente: Censo Nacional Económico 2012

Los emprendedores en el desarrollo de la economía de la ciudad de Guayaquil, se han convertido en agentes dinámicos e innovadores de progreso, considerando que nuestro país se encuentra en un proceso de transformar su matriz productiva, para lo cual requiere de la participación dinámica de todos aquellos que aporten con su valor agregado, para atender una creciente demanda de productos de la más alta calidad y con potencial de ingresar en un mercado global competitivo.

El emprendimiento es la iniciativa de un individuo para desplegar una idea de negocios o una iniciativa para generar ingresos, la mentalidad empresarial no es exclusiva para empresarios, incluye todo un esquema de actividades que preparan el camino del emprendedor hacia la formalización, el financiamiento y puesta en marcha de sus iniciativas.

Propuesta para Mejorar la Capacidad de Gestión de las empresas Familiares de la ciudad de Guayaquil en función de garantizar su sostenibilidad en el tiempo

Para iniciar con el planteamiento de la propuesta, a continuación se presenta un ejemplo de una empresa familiar, como es “Abaco Advisors”, que nació como un emprendimiento y actualmente es una firma líder de Consultoría de Servicios Multidisciplinarios y Complementarios.

Esta empresa fue constituida el 13 de agosto del 2014, es representada por él Ab. Francisco Serrano, quien es parte de los fundadores de la compañía. Los socios de la compañía son Ma. Andrea Serrano Ventimilla, Juan Carlos Serrano Ventimilla, Ab. Francisco Serrano Ventimilla, Ab. Francisco Serrano Aguilar, Ab. Carlos Chávez Negrete; todos profesionales de alto reconocimiento en el mercado con más de 14 años de trayectoria y experiencia laboral.

La empresa está conformada por 5 socios, cada uno de ellos lidera y desarrolla servicios bajo las líneas de su especialidad, por tanto la empresa hoy en día está

conformada por 4 unidades que trabajan de manera transversal con el fin de asegurar una alta calidad e innovación en sus servicios.

ABACO ADVISORS ofrece servicios de Asesoría Legal, Negocios, Gobernabilidad y Talento Humano. Sus unidades de negocios mantienen y promueven un estricto código de valores que apuntan al desarrollo integral de la persona como ser humano y actor del crecimiento de una sociedad que gira en torno al bien común.

MAST es la unidad de ABACO responsable y especializada en la Gestión de Talento Humano. SCS abogados es la unidad de Abaco responsable y especializada en asuntos y temas legales en general.

Considerando el gran potencial que tienen las empresas familiares en la economía de la ciudad de Guayaquil y por ende del país, surge la necesidad de fortalecer la oferta de servicios orientada a desplegar las máximas capacidades de los emprendedores, por lo que se requiere de un conjunto de tareas orientadas a implementar planes de capacitación y asistencia técnica; así como, establecer programas de financiamiento para proyectos de corto, mediano y largo plazo.

Estrategias para mejorar sostenibilidad en el tiempo de la empresa familiar

Para que las empresas familiares puedan enfrentar con éxito los cambios que se presentan para volverse más competitivos y sostenibles, deben considerar la utilización de las siguientes estrategias:



Figura 2: Estrategias de una empresa familiar.

Fuente:Elaboración propia

En toda empresa familiar el punto de partida para un proceso de planificación e implantación de estrategia, es alcanzar el compromiso de la familia misma, cuyos integrantes deben tener claro el nivel de mejoramiento del negocio y aceptar la planificación como el instrumento adecuado para asegurar el futuro de la empresa.

Una vez que se cuenta con el compromiso de la familia, se vuelve indispensable realizar un análisis de la situación actual del negocio, es decir, de su modelo de organización interna, visión, estrategia, estado financiero, participación de mercado, fortalezas, debilidades más importantes.

Analizar las distintas oportunidades que ofrece el mercado, permite o no la posibilidad de desarrollar nuevos productos o servicios, mejorar la organización interna, extender la cobertura geográfica, iniciar la explotación de nuevos nichos. Para lo cual, se deberían establecer diferentes escenarios y alternativas que deberían estar plasmados en un Plan Estratégico, considerando la experiencia y el conocimiento acumulado en su trayectoria empresarial como su horizonte de visión a mediano y largo plazo, con el fin de al menos sobrevivir o desarrollarse en un mercado cada vez más competitivo y globalizado, en donde el uso de tecnologías y herramientas administrativas modernas juegan un papel preponderante para alcanzar el éxito deseado.

Dentro de los aspectos a considerar resalta el mejoramiento del gobierno corporativo de la empresa “Abaco Advisors”, ya que al contratar uno de los servicios, se activan de manera transversal y en base a los requerimientos de cliente la dimensión de talento humano, legal, de desarrollo de negocios y de relacionamiento público y de tecnologías de la información e informática.

ABACO ADVISORS, presta sus servicios con estándares de calidad, toda vez que pertenece a una firma que ha iniciado sus procesos de implementación de ISO 9001, así como otras certificaciones de buenas prácticas como lo es la de PROVEEDOR SEGURO y de ser una empresa con Estándar H+, que es un estándar desarrollado por ABACO ADVISORS para aquellas empresas que desean certificarse como empresas MAS HUMANAS.

Esta experiencia, sus estándares, código de ética y pensamiento sistémico y multidisciplinario la distingue como una oferente distinta y que genera siempre valor agregado y de innovación tecnológica a quienes confían sus negocios, proyectos o emprendimientos. Esta empresa cuenta con un alto reconocimiento en el país, algunos de ellos son Grupo Fadesa, Vitapro, Diners Club Internacional, Primax, Lan, Ferremundo, Nokia, Starcargo, entre otros.

El gobierno corporativo como fundamento de la sostenibilidad en el tiempo de la Empresa familiar

Las empresas familiares deben ver de manera integral tanto los asuntos de familia como los propios del negocio, es decir, desde establecer un buen gobierno corporativo a disponer de estrategias de negocios y financieras apropiadas, el balance es necesario para asegurar un mejoramiento sostenible para mantenerse en el tiempo, considerando los cambios generacionales, tecnológicos, de competitividad y globalización.

Uno de los principales requisitos para mejorar las posibilidades de éxito de una empresa familiar es abandonar viejas prácticas familiares en donde una persona o grupo de personas en base a su experiencia y sin la preparación suficiente toman

decisiones que muchas veces afectan a la empresa, por lo que deben disponerse a encarar una verdadera modernización. Entre las decisiones más importantes que se deben tomar, es la profesionalización de la empresa, en donde se vayan incorporando o preparando especialistas para delegarles autoridad o responsabilidad.

La implementación de un eficiente gobierno corporativo es el mecanismo para que los propietarios dispongan de una adecuada administración del negocio para asegurar la eficiencia, equidad, transparencia y resultados mediante acciones directivas para lograr razonabilidad, rendición de cuentas, resultados, transparencia y responsabilidad, de la siguiente manera:



Figura 3: Modelo de mejora del gobierno corporativo.

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

- La empresa familiar es un modelo de negocio con varias ventajas, que adecuadamente gestionada, puede encontrar el éxito deseado, como lo demuestra los casos exitosos de emprendimientos en todo el mundo, las que han sobrevivido, consolidado y crecido a lo largo del tiempo, lo que les ha permitido convertirse en grandes corporaciones.
- Las dificultades que en muchas ocasiones enfrentan este tipo de negocios, no impiden que llegue a ser empresas familiares sólidas, competitivas y exitosas, para lo que es necesario que tengan en consideración una serie de aspectos claves para hacer frente a los obstáculos que se presentarán para desarrollar sus actividades.
- En la ciudad de Guayaquil, de un grupo de 97.374 empresas, el 80% corresponden a empresas familiares (77.899). Los emprendedores se han convertido en agentes dinámicos e innovadores de progreso, un ejemplo es la empresa Abaco Advisors que nació como un emprendimiento ofreciendo servicios de Asesoría Legal, Negocios, Gobernabilidad y Talento Humano y actualmente se ha convertido en una firma líder de Consultoría de Servicios Multidisciplinarios y Complementarios.
- La propuesta realizada con el fin de Mejorar la Capacidad de Gestión de las empresas Familiares de la ciudad de Guayaquil está conformada por una serie de estrategias que si logran implementarse de manera sistémica pudieran contribuir a la eficiencia, la eficacia y la sostenibilidad en el tiempo de la empresa familiar, contando con un modelo de mejoramiento del gobierno corporativo.
- La gestión empresarial es importante para la consolidación y crecimiento sostenido del negocio, para afrontar los retos propios de una estructura de negocio familiar, lo que significa trasladar y superar los distintos procesos de cambio que irán produciéndose para conducirse a los cambios generacionales, organizacionales, tecnológicos y normativos que continuamente se presentan en el país.

BIBLIOGRAFÍA

- Cevallos, M. (2008). *El rol de las empresas familiares en las PYMES*. Obtenido de <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/404/1/IAEN-M035-2008>
- Club Planeta. (2014). *Incubadoras de Negocios y sus tipos*. Obtenido de http://www.trabajo.com.mx/la_incubadora_de_negocios_y_sus_tipos.htm
- Formichella, M. M. (2004). *Concepto de emprendimiento y su relación con la sociedad*. Obtenido de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

- García, J., & Casanueva, C. (2006). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. México: McGraw Hill.
- Gersik, K. (2004). *Empresas familiares generación a generación*. México: McGraw Hill.
- Godoy, A. (2011). *Empresas Familiares en Ecuador*. Guayaquil: ESPAE.
- Grabinsky, S. (2000). *Mi tienda en el nuevo milenio*. México: McGraw Hill.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Censo Nacional Económico*.
- Kotler, P. (2006). *Dirección de Mercadotecnia*. México: Prentice Hall.
- León, G. (2010). *Repositorio Digital Flacso*. Obtenido de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/5175>
- Orozco, A. (2014). *Qué es una incubadora de negocios*. Obtenido de <http://www.capitalprivado.com.mx/2011/05/10/que-es-una-incubadora-de-negocios/>
- Pérez, G. (2014). *Modelos de Negocio*. Obtenido de <http://www.grandespymes.com.ar/2013/04/19/las-empresas-familiares-y-el-modelo-de-negocio-3/>
- Romero, R. (2006). *Marketing*. México: Editora Palmir E.I.R.L.
- Silvia, C. (2011). El CEO de la Empresa Familiar. *Ekos Negocios*, 42. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/107.pdf>
- Universia. (2015). *Incubadora de Negocios*. Obtenido de <http://egresados.universia.com.ec/emprendedores/incubadoras-negocios/>
- Universidad de St. Gallen. (2014). *St. Galler Business School*. Obtenido de Centro para la Empresa Familiar: <http://www.sgbs.ch/sgbs/enter.php>
- Velasteguí, G. (2004). *Empresas familiares: su dinámica, equilibrio y consolidación*. México: McGraw Hill.



LÍNEA TEMÁTICA:

**MARKETING,
TECNOLOGÍA Y
SOCIEDAD**

ISBN: 978-9942-960-07-8

001. LAS TENDENCIAS DE CONSUMO DE MARCAS BLANCAS EN LA CIUDAD GUAYAQUIL.

Autor:

MSc. Alex Rendón Alín

arendon@ecotec.edu.ec

Universidad ECOTEC.

Docente tiempo completo.

Resumen.

Este artículo analiza la tendencia de nuevos consumos de marcas propias, de empresas de autoservicios de brindar, un nuevo servicio así el consumidor final, lo cual en estos últimos años se ha incrementado, empezando y siendo pioneros como los supermercados de alta trayectoria y tiempo en el país como son las cadenas de Mi comisarito, Mega maxi, quienes han sido los precursores, poniendo disposición de marcas propias como cuidado de hogares, alimentación envasada, higiene personal, belleza y bebidas, ante la problemática de la crisis actual que está pasando el país, para la comercialización de ellas, lo cual ha llevado a otras empresas a seguir con la misma estrategia como son los casos de cadenas de farmacias como Sana Sana, Fibeca entre otros a seguir con las mismas estrategias.

Palabras Clave.

Marcas propias, tendencias de consumo en autoservicios por medio de distribuidores.

Abstract.

This article analyzes the trend of new consumption own, companies self-services provide brand new service and the consumer, which in the last year has increased, starting and being pioneers like supermarkets high trajectory and time the country are like chains My commiserate, Mega maxi, who have been the precursors, putting disposal own brands such as care homes, packaged food, personal hygiene, beauty and drinks, to the problems of the current crisis is passing country for marketing them, which has led other companies to follow the same strategy as in the case of chain pharmacies as Sana Sana, Fibeca among others to pursue the same strategies.

Introducción

El desarrollo de marcas propias en las grandes cadenas de autoservicios ha generado un poco de incertidumbre e inconvenientes en ciertas cadenas al momento de poner nuevas estrategias con el fin de ofrecer al consumidor final una variedad de productos elaborados por las empresas de mayor trayectoria, pero con la marca del almacén, con el fin de lograr un mayor posicionamiento de la cadena del consumidor final.

Este artículo puede definir como mostrar un punto de vista diferente de la tendencia de mercado de la influencia de las marcas propias y presentar un análisis de los beneficios a corto plazo, este análisis se orienta hacia la percepción de consumidor final y sus decisiones de compra dentro de las recesiones económicas que está pasando el país.

Para tener una clara idea de la importancia de lo que es una marca blanca es necesario definir el concepto de la misma.

La marca.- La marca constituye un aspecto intangible, emotivo, personal y cultural complejo de construir, la marca trasciende más allá de la funcionalidad de productos o servicios y ella existe en la mente de los consumidores por lo tanto para todas las marcas el reto es de crear una identidad propia distintiva que impacte a los consumidores y que la diferencie de los demás, en conclusión la marca constituye la fuente principal de la venta y comercial de un activo estratégico (A.Aker&Joachimsthaler,2006).

Las marcas propias se pueden definir como cualquier producto con el nombre de autoservicio y su clasificación de da de la siguiente forma.

Marcas Blancas.- Son productos que se consideran en el autoservicio y se caracterizan por llevar el nombre del autoservicio.

Marcas privadas.-Son productos que se comercializan en el autoservicio, y se caracterizan por llevar un nombre diferente al del autoservicio, pero son manejadas como marcas nacionales.

En la actualidad las cadenas de supermercados y farmacias como mi comisariato, Supermaxi, Sana sana, fibeca han desarrollado diferentes marcas de productos a las que les ponen su nombre, conocidas como "marcas blancas" o "marca del distribuidor" aunque ellos no sean los fabricantes, sino distribuidores. La ventaja que poseen estos productos, es su precio, que es más accesible que el de las marcas empresariales.

En este artículo se realizará una investigación a clientes de mi comisariato, súpermaxi, fibeca, sana sana, Tía y santa María y el coral, cuya finalidad será conocer el comportamiento del consumidor, expectativas, percepciones, si existen otros factores importantes para los clientes aparte del precio, por qué los

supermercados y farmacias prefieren vender productos con el nombre del distribuidor y demás interrogantes importantes que ayuden al estudio.

Los consumidores no se fijan en los datos del fabricante en la etiqueta, ni deciden su compra en base a esto.

Los clientes si se encuentran de acuerdo con los precios de estos productos. Un poco más de la mitad de las personas piensan que un precio menor en los producto marca "Mi Comisariato, Supermaxi, Sana Sana O fibeca no significa que este sea malo.

No existen diferencias en los beneficios que ofrecen un mismo producto, uno de marca de distribuidor y el otro de marca empresarial.

A pesar de que la marca es puramente de carácter emocional ya que contiene una serie de valores que el cliente percibe en busca de una identidad muy personal ubicada en un producto, bien o servicio los cuales tienen como objetivo impactar en el público consumidor.

Toda marca posee identidad propia y a su vez personalidad representada en la imagen y en el comportamiento de los clientes creando diferencias entre los demás productos.

Por lo tanto el logotipo cumple su función principal la cual consiste en identificar productos de manera inmediata. Actualmente la carestía de la vida ha hecho olvidar la imagen y distinción de las marcas en diversos productos debido a la búsqueda del ahorro familiar por la causa antes mencionada.

Es precisamente aquí donde la aparición de los insights justifican este fenómeno cognitivo de toma de conciencia de un problema interior de los consumidores, a esto se debe los nuevos comportamientos conductuales ampliando vivencias en los rasgos y perfiles del consumidor, basándose en un presente estructurado en base a la comprensión de sus deseos y necesidades respaldadas por razones lógicas, olvidando temporalmente el sinónimo de identidad llamado marca para optar a la estrategia de resolución a sus problemas llamado marcas blancas.

Se pudo analizar a través de un análisis investigativo cuantitativo que la percepción que tiene los consumidores acerca de los productos de limpieza del hogar, Higiene personal, Belleza, bebidas etc., no solo lo adquieren por el factor precio, como a un inicio se pensaba sino también porque los consideran de buena calidad, que brindan los mismos beneficios y resultados que un producto de marca reconocida.

Se conoció que los productos de limpieza del hogar que más se venden con marca Mi Comisariato y en supermaxi son los detergentes y desinfectantes que tienen una mayor demanda para los clientes.

En Mi Comisariato en la sección de producto de limpieza del hogar los consumidores a los detergentes cloros y desinfectantes comparan sus precios, contenido, fragancias terminando la mayoría escogiendo el de marca de distribuidor varias unidades. Pero la percha de suavizantes el comportamiento de los consumidores es distinto que había más productos perchados con marca conocidas

que de distribuidor. Algo muy importante que se pudo observar que ya no se vende en gran cantidad estos productos de marca reconocidas, existe desabastecimiento en percha de esto

Productos, ocupando ese lugar la marca Mi Comisariato y esos se vacían más rápido que los otros, en lo contrario a supermaxi respetan las perchas de las otras marcas y si hay abastecimiento de las mismas.

En cuanto al stock, se pudo hacer una observación indirecta que dio como resultado que se les da más espacio en perchas a estos productos de marcas blancas El distribuidor le arma exhibiciones. Sus precios son accesibles y económicos. La materia prima y la elaboración de los productos y del empaque de marca Mi comisariato, Supermaxi, Santa María, Tía , Fibeca sana sana provienen de sus proveedores quien se encarga de la producción, empaquetado y colocación de la marca son hechas por el distribuidor.

Por otro lado en ciertos supermercados han descartado el uso de los habladores con diseños publicitarios en las perchas los cuales son acertadamente llamados los vendedores silenciosos ya que son muy eficaces a la hora de promocionar productos ya que como característica principal tiene gráficas para resaltar marcas o productos.

Como ventaja de esta herramienta podemos decir que se encarga de minimizar el costo de la publicidad, sin recurrir tanto al aviso publicitario ya que estos se encargan de enfatizar descuentos y promociones, en su lugar se les ha encomendado la tarea de graficar a mano los precios de diversos productos a los empleados del auto servicio y mercaderistas en general, con el ánimo de abaratar costos, de esta forma se incrementa también el uso de las marcas blancas ya que los clientes hoy en día compran sin fijarse mucho en los logos, colores y diseños y la idea que está presente a la hora de comprar es el ahorro en cada uno de los productos que se encuentran en las perchas.

La estrategia que actualmente están usando los autoservicios consiste en crear demanda mediante ofertas por tiempo limitado en porcentajes del 20 30 y 40% en sus compras, utilizando fechas específicas creando una sensación de urgencia en el consumidor para que compre el producto en promoción.

Actualmente aplicar estrategia de marca a un bien o servicio es fundamental y se usa cada vez más por los supermercados a nivel nacional, la cual consiste en ponerle el nombre del distribuidor a diferentes productos que se venden a precios accesibles al cliente del precio normal, a esto se le llama Marca blanca.

El tema de la marca blanca o marca del distribuidor está teniendo mayor auge en el país, cada día es más común encontrarse productos perchados con la marca del distribuidor, con esto se reducen costos y se gana mayor rentabilidad.

El autoservicio ejecuta acciones para aprovechar esa oportunidad, por ejemplo: cadenas como Supermaxi en sus marcas de arroz, leche, cereal, pasta de dientes, jabones entre otros productos permite un ahorro del 15% al 35% en comparación a la marca que lidera la categoría lo mismo sucede con la cadena de Mi Comisariato.

Al contrario de una marca fabricante que obtiene tan solo un crecimiento anual de un 5% en relación a las marcas blancas que crecen entre el 15% al 25% en un mismo periodo.

Se ha hecho un estimado que las cadenas de autoservicios obtienen márgenes que en promedio oscilan entre un 15% y 20% con la comercialización de marcas de los proveedores. Con las marcas propias esos márgenes ascienden a un rango entre 25% y 40% debido a que suelen proveerse de fabricantes con menor poder de negociación.

La clave por la cual este equipo entra en el juego de las marcas blancas: márgenes muy atractivos. Además, muchas veces en este tipo de productos, el consumidor toma la decisión en la percha misma y quien tiene este poder sobre estos espacios son las grandes cadenas de autoservicios ya mencionadas, los cuales pueden dar ubicaciones preferentes a sus marcas, concediéndoles una gran ventaja competitiva.

Y ante esto habría que añadir que los autoservicios a través de la estrategia de marcas blancas refuerzan su imagen ante el consumidor final.

En un entorno de escasos recursos, los consumidores optarán por el producto que tenga el precio más bajo siempre que los demás factores sean constantes. Esto se denomina principio de supervivencia

Las categorías que se consideran dentro del estudio de productos genéricos o de marca blancas en el país, se detallan a continuación:

Canasta de Alimentos: Cereales, Aceites, Margarinas, Yogurt, Leche, Jugos Artificiales, Gelatina, Manjar, Queso, Atún, Fideo, Mayonesa, Mostaza, Agua, Pan, Embutidos, Caldos y Salsa de Tomate.

Canasta de higiene personal: Jabón de Tocado, Shampoo, Enjuague Bucal, Cremas Dentales y Papel Higiénico.

Canasta de limpieza del hogar: Jabón de Lavar, Detergente en Polvo, Suavizante, Limpiadores Líquidos, Cloros y Esponjas.

Canasta Otros: Encontramos comida para mascotas.

Datos investigativos de consumo de marcas Blancas.

Se realizó una investigación cuantitativa y cualitativa, en la cuantitativa hizo una encuesta de muestreo aleatorio simple teniendo como salida de campo a sectores de autoservicios de la ciudad de Guayaquil como en la partes del norte , centro y sur sacando una muestra de la ciudad de Guayaquil de 2.650.000 habitantes , en la cual usando la fórmula de muestreo de población por sectores compartidos tuvimos como resultado una muestra de 385 encuestas en total de los autoservicios de Mi Comisariato , Supermaxi , Santa María , El coral ,Tía, Farmacias Fibeca , Sana Sana.

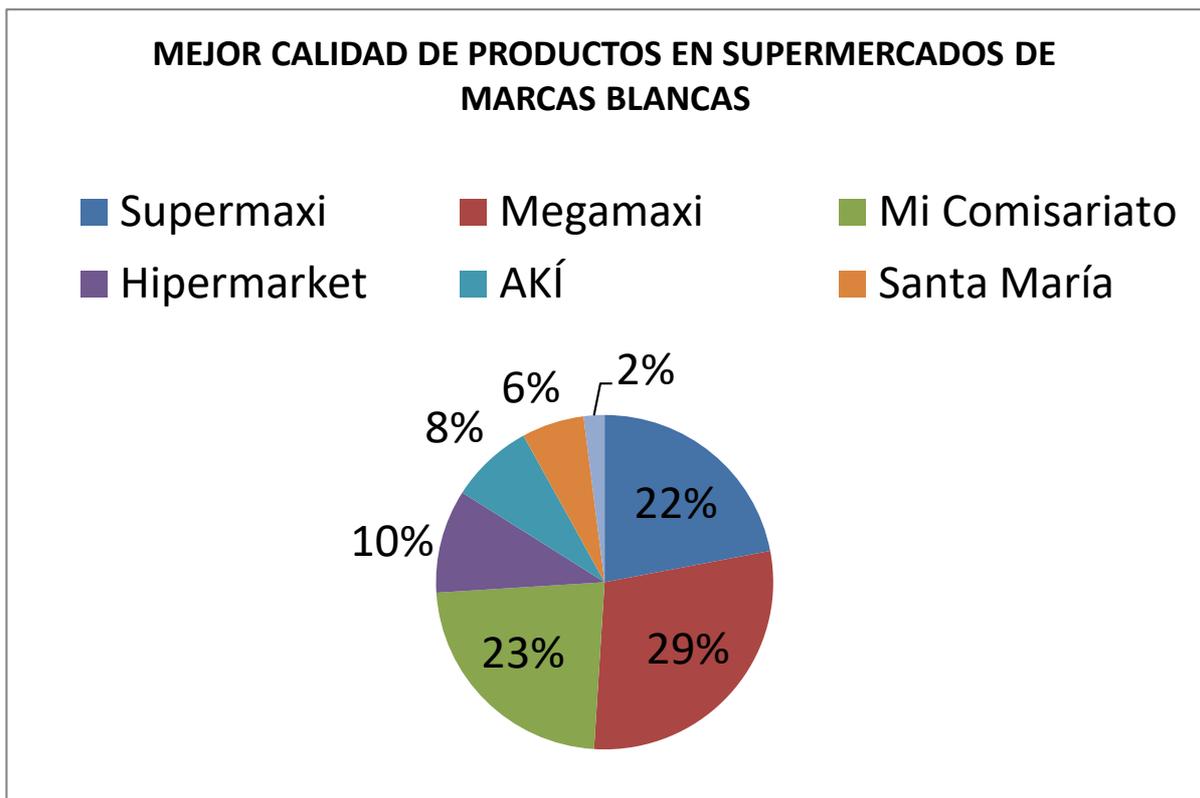
Fórmula para hallar la muestra infinita:

$$N = \frac{N \times Z^2 \times P \times Q}{e^2 \times (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

$$N = \frac{((1.96)^2 \times (0.50) \times (0.50))}{(0.05)^2 \times (N-1) + (1.96)^2 \times (0.50) \times (0.50)}$$

384, 16 encuestas

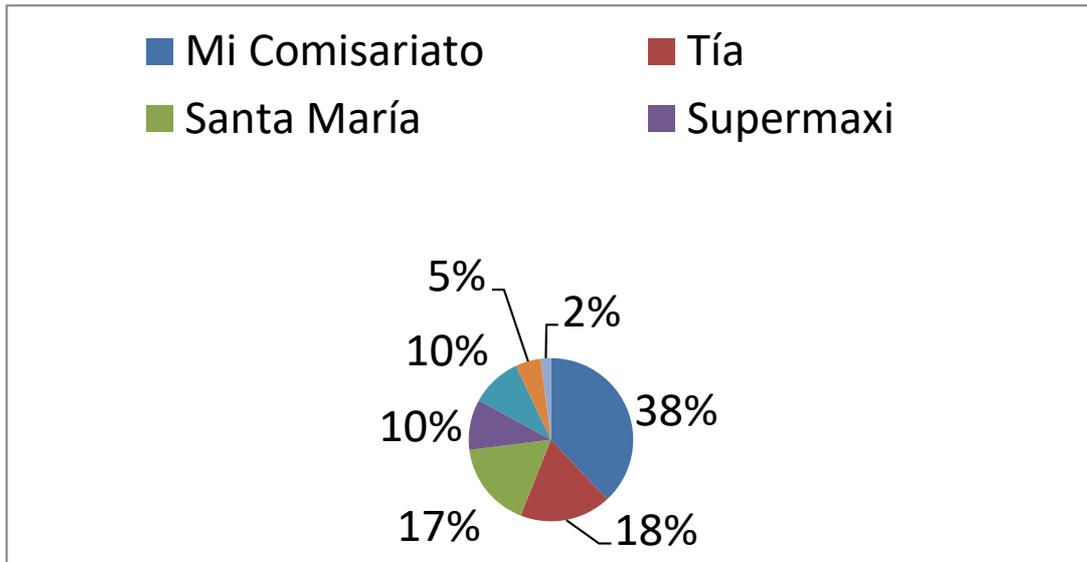
Resultados de la investigación Obtenida por el diferente sector nos arrojó los siguientes datos de la percepción de los consumidores finales.



Datos de Fuentes: Ipsa Ecuador

Los productos de las marcas blancas que se expenden en supermercados y comisariatos locales, un 90% proviene a proveedores nacionales, lo que garantiza la protección de la industria ecuatoriana.

SUPERMERCADOS CON PRECIOS MÁS ECONÓMICOS EN MARCAS

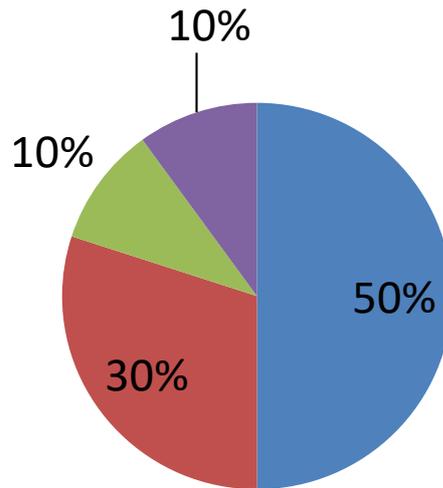


Datos de fuente :Ipsa Ecuador

La clave para los bajos precios es que las tiendas no incurren en gastos publicitarios o de marketing, como las marcas prestigiosas de multinacionales. En las cadenas como Supermaxi, TIA, Mi Comisariato y Santa María poseen marcas propias con precios más económicos.

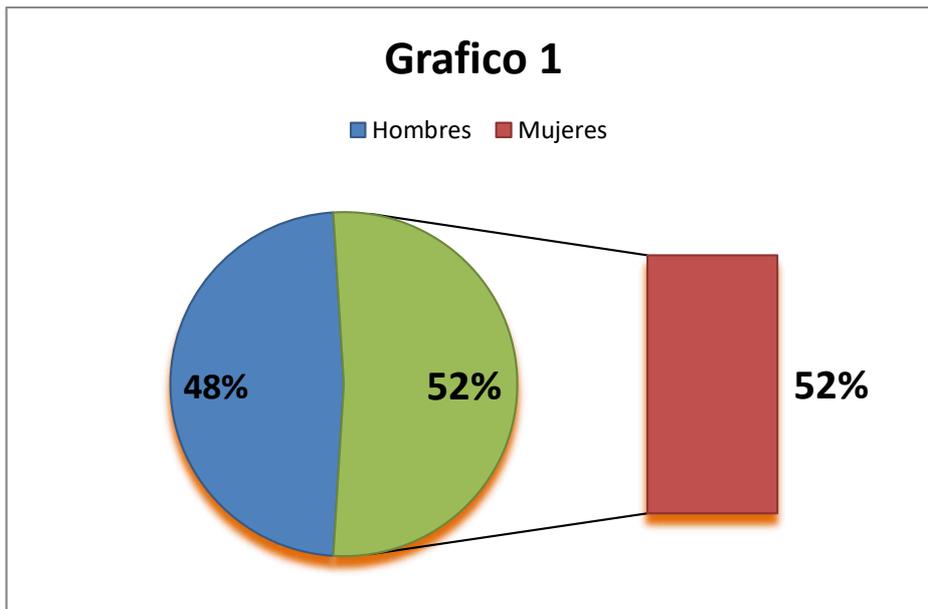
El Consumo en Guayaquil en productos de marcas blancas

- Productos de Limpieza
- Alimentos
- Pollos
- Mariscos y Pescados Congelados



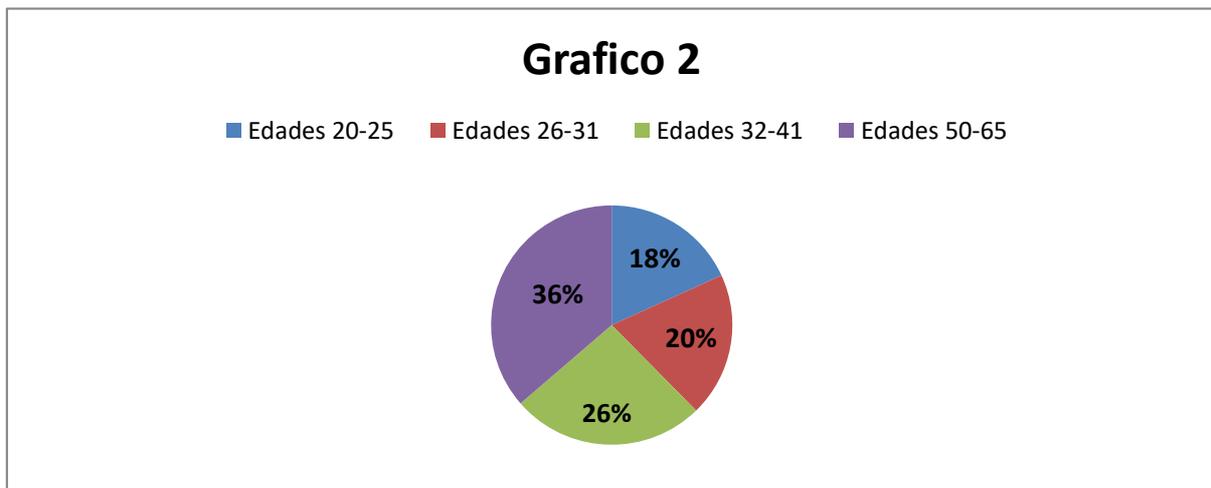
Datos de fuentes: Ipsa Ecuador

Podemos Observar que el mayor consumo de marcas blancas se da en producto de limpieza con un 50%, siguiéndole de productos alimenticios y por último en pollo, y mariscos congelados y en comida de perro y gatos con el 2% de representación.



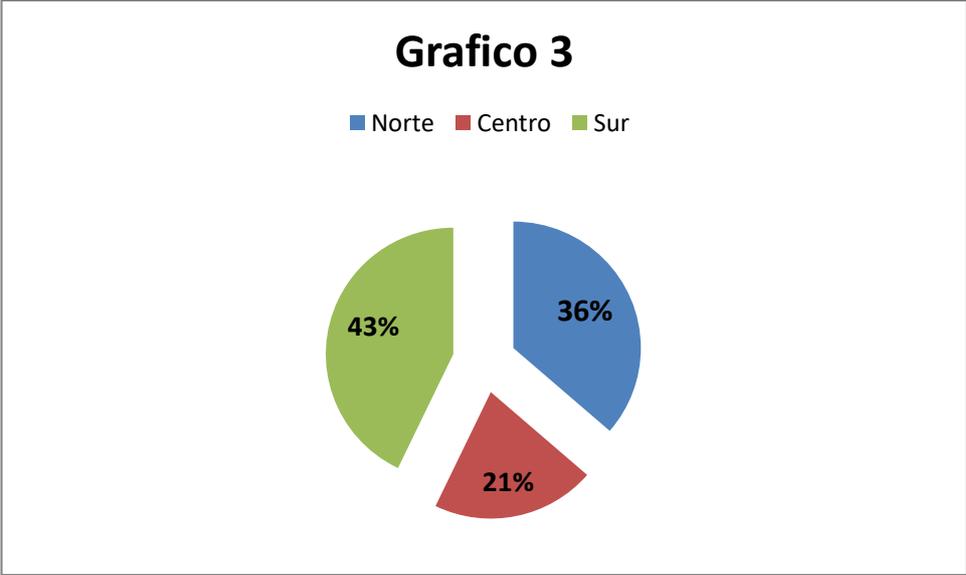
Elaborado: MSc .Alex Rendón A

El total de personas encuestadas, fueron el 48% personas de género masculino, y el 52% de género femenino. Lo que significa que predominó el sexo femenino en las encuestas.



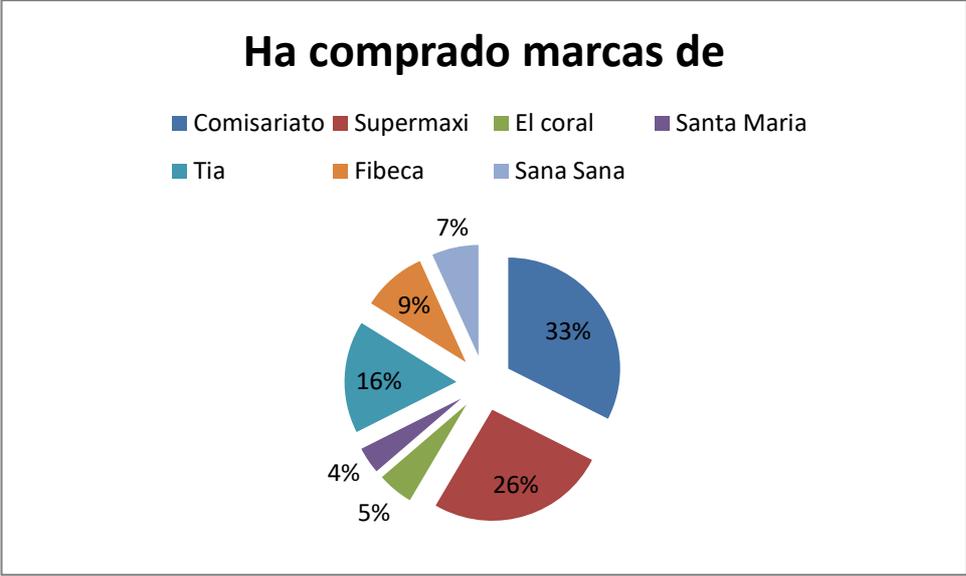
Elaborado: MSc .Alex Rendón A

Del total de encuestados, el 18% indicó tener edades entre 20 a 25 años; el 20% indicó tener edades entre 26 a 31 años; el 26% indicó tener 32 a 41 años; y el 36% indicó tener edades entre 50 a 65 años de edad.



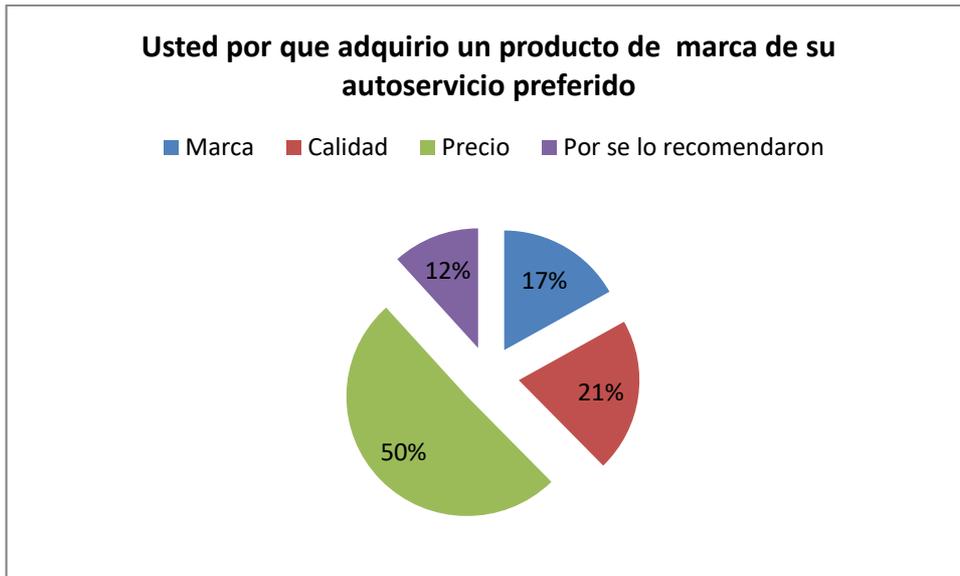
Elaborado: MSc .Alex Rendón A

Del total de encuestados, el 36% se tomaron muestra del norte, 21% de sector centro y 43% del sector sur dando como total el 100% de la muestra.



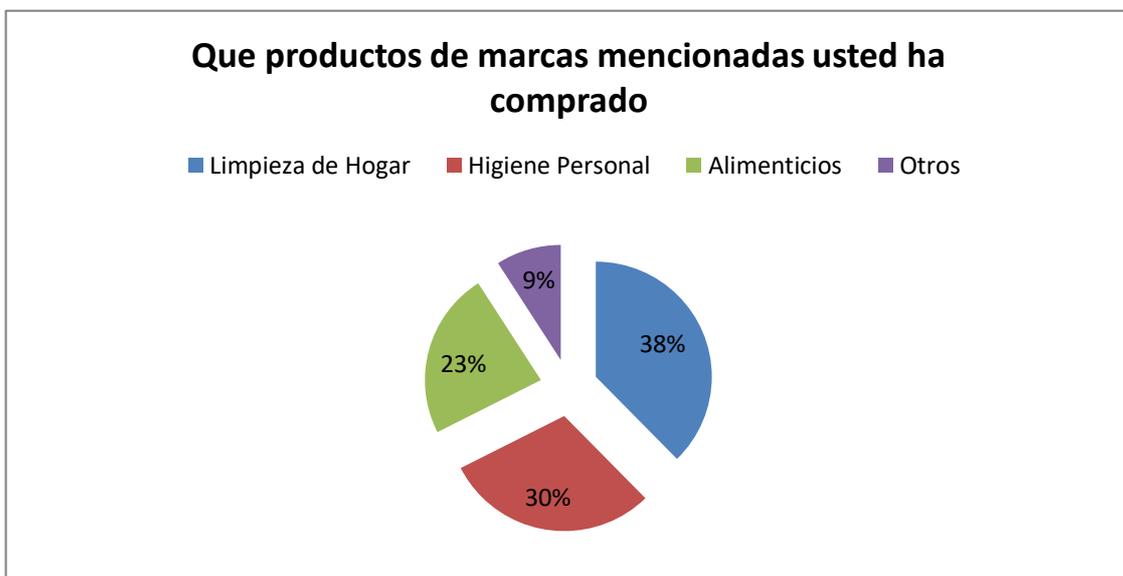
Elaborado: MSc .Alex Rendón A

Del total de encuestados, el 33% indicó que compro marcas Mi comisariato el 26% en Supermaxi el 5% en el coral ,4% en santa María, el 16% en Tia,9% en Fibeca y el 7% en Sana Sana.



Elaborado: MSc .Alex Rendón A

Del Total de encuestados se obtuvo los siguiente resultados como el 50% respondió por el precio, 21% por la calidad, 17% por la marca y 12% por recomendaciones



Los resultados obtenidos fueron los siguientes que el 38% compra limpieza de hogar, 30% higiene personal, 23% Alimenticios y 9% a otros en los se refiere a comida de animales como perros y gatos.

Conclusiones

En conclusión las marcas blancas son las nuevas tendencias de los autoservicios , aumentando cada día más y expandiéndose en otros mercados como cadenas farmacéuticas , a su vez son su ventaja competitiva para el consumidor final a través de los precios y generando una mayor utilidad para las cadenas mencionadas , ya que en las crisis económicas que se está viviendo dan una mayor influencia en ella , a su vez se ha dado un problema para las marcas privadas que se han visto como fabricantes , restándole una participación en el mercado , por la presión económica y por las grandes cadenas que los presión para su comercialización , este artículo da como resultado sus ventajas y desventajas de las misma, teniendo en cuenta que la que mayor variedad de productos de algunas líneas mencionadas son las cadenas de Supermaxi con sus cadenas grandes y pequeñas como megamaxi , gran aki , siguiéndole Mi comisariato , en tercer lugar cadenas Tía , y por ultimo Santa María y el coral y uniéndose las cadenas de los grupos Fibeca y Sana Sana , las cuales cada año ganan participación en el mercado y mayores utilidades .

BIBLIOGRAFIA

Cabrero García., J., & Richart Martínez, M. (7 de Octubre de 2015). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN I*. Obtenido de http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_4.htm

Cervera Fantoni, Angel Luis. (2003). El envase y embalaje. En A. L. Cervera Fantoni, El envase y embalaje (pág. 99). Barcelona: ESIC.

Capacitate, El Universo. (2012). El mundo de las marcas blancas. El Universo, págs. 26 - 28.

ECUADOR OVER VIEW (2012), Las Marcas Blancas en el Mercado Ecuatoriano

.IPSA GROUP LATIN AMERICA, pág. 273 – 275.

Alonso, J., & Grande, I. (2010). Comportamiento del consumidor. Decisiones y estrategia de marketing. Madrid: ESIC Editorial

El Comercio.(05 de Diciembre del 2014). Las marcas blancas ahora son reguladas.El Comercio, pág. 8

El Telégrafo. (28 de Julio de 2012). Las marcas blancas promueven el ahorro en los consumidores. El Telégrafo, pág. 5.

Esteban, Á. (2008). Principios de marketing. Madrid: ESIC Editorial

Rafael Muñiz. (2015). *La Marca*. Obtenido de Marketing en el siglo XXI - Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición: CAPÍTULO 4. Producto y precio: <http://www.marketing-xxi.com/la-marca-46.htm>

Robins, S., & De Cenzo, D. (2009). Fundamentos de administración: conceptos esenciales y aplicaciones. Naucalpan de Juárez, Edo. de México: Pearson Educación.

Schiffman, L. (2005). Comportamiento Del Consumidor. México D.F.: Pearson Educación.

Florensa Alcaraz, S., Fradera Fontcuberta, C., & Frau Pons, M. (2008). *MARCAS BLANCAS - Nuevo concepto comercial del sector alimentario.*

GRUPO EL COMERCIO. (18 de Septiembre de 2014). *¿Qué es un artículo de marca blanca?* Obtenido de <http://www.ultimasnoticias.ec/noticias/23304-%C2%BFQu%C3%A9-es-un-art%C3%ADculo-de-marca-blanca>

INEC. (2012). INEC. Recuperado el 10 de Octubre de 2012, de INEC: www.inec.gob.ec

IPSA GROUP LATIN AMERICA. (Febrero de 2011). www.ipsa.com.ec. Recuperado el 18 de Octubre de 2012, de www.ipsa.com.ec: www.ipsa.com.ec/R31.pdf

Kotler, P., Keller, K. (2009). Dirección de Marketing. Madrid: ESIC Editorial

Manuales Prácticos de la PYMES. (2008). *COMO CREAR UNA MARCA.* Obtenido de <http://www.acotex.org/wp-content/uploads/como-crear-una-marca2.pdf>

Martyn Shuttleworth. (26 de Sep de 2008). *Diseño de Investigación Descriptiva.*

Obtenido de <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva>

002. EL IMPACTO DE LA SEMAFORIZACIÓN EN ALIMENTOS DE CONSUMO MASIVO EN EL SECTOR NORTE DE GUAYAQUIL.

Autor:

Mgs. Alex Carlos Rendón Alin

Ingeniero en Marketing, Magister en Marketing y dirección comercial (Ecuador)

Profesor de la Facultad de Marketing y Comunicación en la Universidad Tecnológica ECOTEC, Samborondón.

arendon@ecotec.edu.ec

Resumen

El presente artículo abarca el impacto significativo que está ocasionando la semaforización en los diversos productos de consumo masivo y su incidencia en los consumidores. La semaforización es una alerta visual implementada gráficamente en los productos, que permite verificar en el empaque primario o etiquetado dependiendo del producto, la composición química de un alimento definiendo si es, alto, mediano o bajo, en contenidos de azúcar, sal o grasa. Siendo todos los alimentos procesados de consumo humano con Registro Sanitario, los que deben aplicar obligatoriamente esta identificación con colores verde, amarillo y rojo en la presentación de sus productos. El Ministerio de Salud Pública en Ecuador planteo de manera definitiva que se coloquen barras de colores en la parte frontal de los productos y su etiquetado, a modo de advertencia sobre la alta o baja concentración de los contenidos nutricionales y dependiendo del color que se encuentre el consumidor decidirá si adquiere o no el producto, dando paso a la siguiente investigación que analiza el impacto paulatino y definitivo en la adquisición de estos productos según su etiquetado y consumo en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

Palabras claves: Semaforización, Consumo Masivo.

Summary

This article covers the significant impact that is causing the traffic signals in various consumer products and their impact on consumers. The traffic light is a tool to verify the primary packaging or labeling depending on the product, the chemical composition of a food defining if is high, medium or low in sugar content, salt or fat. It is all processed foods for human consumption Health Registry, which by law must apply this identification with green, yellow and red in the presentation of their products. The Ministry of Public Health in Ecuador pose definitively that color bars are placed in the front of the products and their labeling, a warning about high or low concentration of

nutritional content and depending on the color that is the consumer decide whether to buy the product, leading to the following research analyzes the gradual and definite impact on the purchase of these products by labeling and consumption in the northern sector of the city of Guayaquil.

Keywords: Traffic lights, Consumer Products.

INTRODUCCION

La semaforización La semaforización es una alerta visual implementada gráficamente en lo productos, que permite verificar en el empaque primario o etiquetado dependiendo del producto la composición química de un alimento definiendo si es, alto, mediano o bajo, en contenidos de azúcar, sal o grasa. Siendo todos los alimentos procesados de consumo humano con Registro Sanitario, los que deben aplicar obligatoriamente esta identificación con colores verde, amarillo y rojo en la presentación de sus productos.

La propuesta del Ministerio de Salud Pública en el Ecuador pretende que se coloquen barras de colores en la parte frontal de los productos y su etiquetado , a modo de advertencia sobre la alta o baja concentración de los contenidos nutricionales y dependiendo del color que se encuentre el consumidor decidirá si adquiere o no el producto.

El semáforo de alimentos también puede ayudar a tomar conciencia de la calidad del producto alimentario que va a consumir diariamente el organismo, lo cual puede ser perjudicial para la salud, afectando a los niños, adolescentes, mujeres en estado de gestación, entre otros.

Dentro de las ventajas del semáforo en el los productos es que una herramienta útil para que los consumidores conozcan el alimento que van a consumir y contenido nutricional ya sea en sal , grasa o azucares . La información es un aspecto esencial, pero no es cuestión de que la etiqueta diga que este producto tiene un exceso de un componente o de otro, sino de que la gente sepa porqué es necesario o porqué hay que abstenerse de algo.

El sistema también tiene como uno de los principales objetivos ayudar a las empresas para que reformulen los componentes en la elaboración de sus productos, y así hacerlos más saludables. Y es por eso que la mayoría de ecuatorianos tenemos costumbres alimenticias no tan buenas que no vamos a abandonar de la noche a la mañana.

Dentro de la desventajas nos encontramos con una polémica ya que ciertos productos naturales , necesitan la semaforización , pero dentro de los cuales no está bien

planteada la comunicación de los mismos , como es el caso de granola , que dentro de la tabla de semaforización , señala con rojo alta en azúcar y alta en grasa cuando la mismas son azúcares y grasas naturales , igual pasa con el aceite de aguacate con la misma descripción y muchos productos de las misma , a pesar que el artículo 141 de la ley de semaforización del reglamento sanitario de etiquetado de alimentos procesados para consumo humano , que todo alimento natural o orgánico no presentara etiquetado del semáforo , esto ha ocasionado una confusión dentro de los consumidores , dejando de comprar dichos productos de las mismas , el cual ha ocasionado una baja en las ventas de algunos productos de consumo , cabe recalcar que algunos productos como la leche , yogures poseen grasa natural , esto a conllevado a una cultura de consumo totalmente errónea y de comunicación por parte del consumidor .

Porcentajes reales de las barras tamaño relativo



TABLA 1. Contenido de componentes y concentraciones permitidas

Nivel Componentes	CONCENTRACION “BAJA”	CONCENTRACION “MEDIA”	CONCENTRACION “ALTA”
Grasas totales	Menor o igual a 3 gramos en 100 gramos	Mayor a 3 y menor a 20 gramos en 100 gramos	Igual o mayor a 20 gramos en 100 gramos
	Menor o igual a 1,5 gramos en 100 mililitros	Mayor a 1,5 y menor a 10 gramos en 100 mililitros	Igual o mayor a 10 gramos en 100 mililitros
Azúcares	Menor o igual a 5 gramos en 100 gramos	Mayor a 5 y menor a 15 gramos en 100 gramos	Igual o mayor a 15 gramos en 100 gramos.
	Menor o igual a 2,5 gramos en 100 mililitros	Mayor a 2,5 y menor a 7,5 gramos en 100 mililitros	Igual o mayor a 7,5 gramos en 100 mililitros
Sal (sodio)	Menor o igual a 120 miligramos de sodio en 100 gramos	Mayor a 120 y menor a 600 miligramos de sodio en 100 gramos	Igual o mayor a 600 miligramos de sodio en 100 gramos.

	Menor o igual a 120 miligramos de sodio en 100 mililitros	Mayor a 120 y menor a 600 miligramos de sodio en 100 mililitros	Igual o mayor a 600 miligramos de sodio en 100 mililitros.
--	---	---	--

El semáforo es una visión muy general y que puede llevar a confusiones en el consumidor que puede dejar de ingerir alimentos nutritivos y beneficiosos por ser altos en grasa, por ende se debe aprender a leer la etiqueta respectiva, para lo que se requiere una buena educación y orientación.

La función de la Publicidad en la Semaforización

Mientras exista la Publicidad, los alimentos o productos que han ganado su posicionamiento no se verán afectados por la semaforización como piensan muchos de los empresarios e industriales, esto se debe a la acentuada demanda por parte de usuarios que sin exagerar se desarrolla a cada instante, en esta actividad los protagonistas principales son productos nuevos que día a día salen al mercado con nueva propuesta, esta evolución se debe al tipo de mensaje que especial se dirige a las madres de familia que son en mayor porcentaje quienes toman la decisión de compra en el hogar.

La semaforización ha causado preocupación en las ventas de productos de diversa índole pero debido a la estética del diseño y de la buena redacción publicitaria se ha logrado detener esa avalancha de temores causada por la semaforización, a ello se suman los nuevos sabores y enriquecimientos de vitaminas que se incluyen en muchos productos que apuntan de manera directa a una calidad de vida cimentada en la salud y el bienestar para el hogar.

En resumen la semaforización alerta o advierte pero no detiene la compra, ya que los hábitos según la cultura alimentaria pueden más de acuerdo al consumidor.

La aparición de nuevas enfermedades como la diabetes infantil y el sobre peso son las causas que originan la semaforización creada precisamente para concienciar a los consumidores en la importancia de gozar de buena salud esto implica a todos los medios de comunicación y en especial a instituciones médicas y nutricionistas a tomar cartas en el asunto, tal es así que los testimonios de la ciencia sirven y son muy utilizados en la promoción y lanzamiento de productos

Por tal razón hoy más que nunca la Publicidad se cuida de no atentar contra la salud y vulnerabilidad de los receptores en los mensajes que emite la publicidad alimentaria, los tipos de publicidad más controladas son: Publicidad engañosa, desleal, agresiva, subliminal y testimonial.

Conocemos que el mensaje publicitario debe ser claro y no distorsionar el la significatividad para el consumidor obligándolo a tomar decisiones equivocadas a la hora de la compra.

Otra de las funciones que la publicidad debe tomar en cuenta para la veracidad del producto es la cantidad de sustancias beneficiosas para el organismo justificando su beneficio que puede ser usado como el reason why o lo que comúnmente llamamos la razón de la compra.

En cuanto a la publicidad dirigida a niños la creación de los mensajes debe considerar la inexperiencia o ingenuidad de los infantes en el momento de la recepción de los mismos ya que estarían siendo partícipes de la publicidad engañosa, lo cual no sucedería si el mensaje fuera estructurado dentro de las reglas de normalidad, es decir sin el uso exagerado de imágenes y fantasía.

Hay que ser muy cautos en este tema ya que al exagerar el uso y la imaginación en el menor se suele caer en confusión con la realidad y la fantasía perjudicando al posible cliente y con riesgos de perder la venta debido a la falta de credibilidad en los productos, recordemos que ya existen bastantes dudas en ciertos segmentos de mercado en la adquisición de productos que contienen semaforización pero que gracias a la tradición y lealtad a las marcas se ha ido superando las bajas en la demanda de los mismos.

MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

La modalidad de la investigación fue de campo exploratoria, de campo porque se realizó en un lugar abierto en donde se aplicó una encuesta a la población de la ciudad de Guayaquil en varios sectores y segmentos de la parte norte de la urbe para recolectar información del consumidor.

Muestra.

Partiendo de lo que simboliza el mercado general que comparece a ser el total de la localidad de Guayaquil que son de alrededor de 2.279,000 de habitantes, se efectuara la caracterización del total de a quienes se le empleará esta exploración de Mercado.

$$n = \frac{z^2 * P * Q}{E^2}$$

La Dimensión de la Población está personificado por la (N)

El Error Muestral está constituido por la (E)

La Proporción de Éxito está constituido por la (P)

La Proporción de Fracaso está constituido por la (Q)

El Valor para Confianza está constituido por la (Z) (1)

(N) -----674.128

(E) ----- 0.05

(P) ----- 0.7

(Q) ----- 0.3

(Z) ----- 2.32

La población que se tomó es en base a las cifras tomadas del INEC en el cual se inspeccionó 674.128 habitantes, comisión de acción adyacente que al instituir la población con un margen de error del 5%, se consiguió una muestra óptima de 452 individuos a los que se debe de investigar preguntas relativas al tema.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

1) Tipo de Género

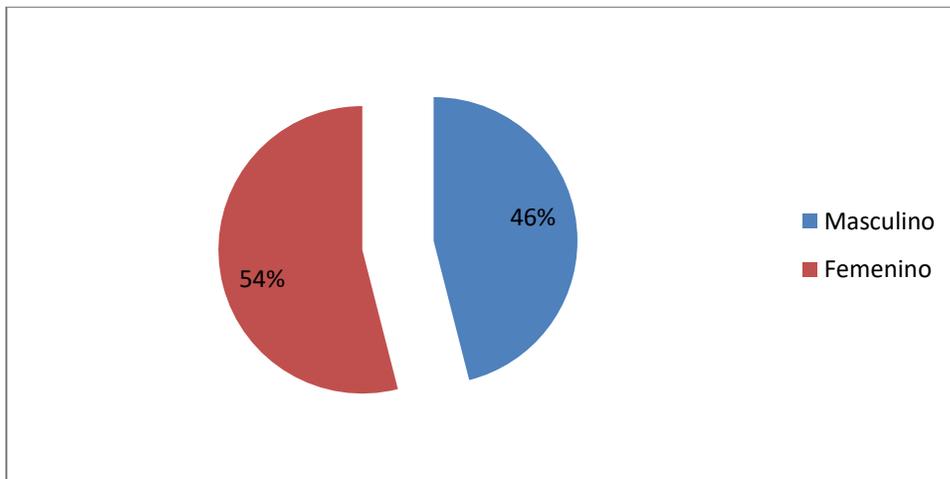
Tabla 1 Encuesta tipo de Género

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	208	46%
Femenino	244	54%
Total	452	100%

Fuente: Investigación de Mercado. Encuesta efectuada en Junio 2016

Elaborado por: Alex Rendón A

Gráfico 1 Encuesta tipo de Género



Fuente: Investigación de Mercado. Encuesta efectuada en Febrero 2016

Elaborado por: Alex Rendón

Análisis

Se puede analizar en el siguiente gráfico, que el tamaño de la muestra fue de 452 individuos, de los cuales los 46% de las personas encuestados pertenecen al género masculino y el 54% incumben al femenino.

2) Tipo por edades

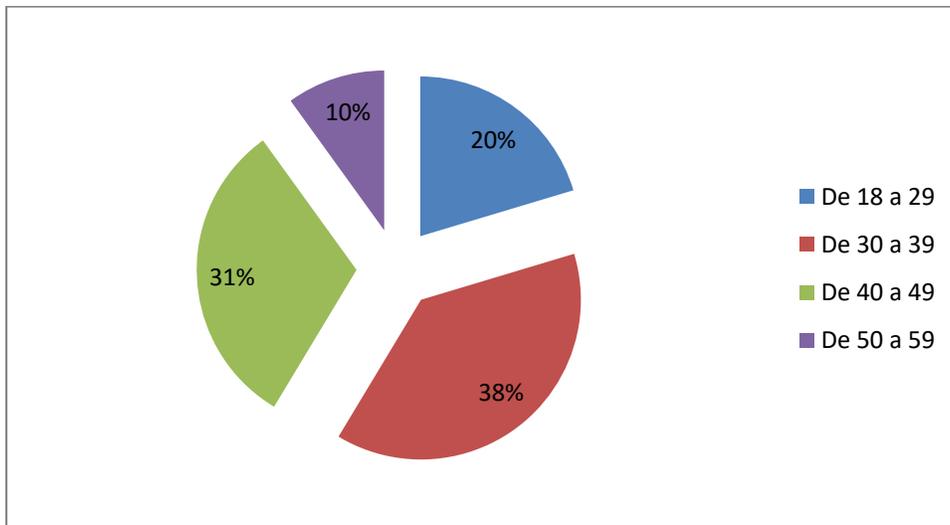
Tabla 2 Edad de las personas encuestadas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
De 18 a 29	92	20%
De 30 a 39	173	38%
De 40 a 49	142	31%
De 50 a 59	45	10%
Total	452	100%

Fuente: Investigación de Mercado. Encuesta por el autor

Elaborado por: Alex Rendón A

Gráfico 2 Edad de las personas encuestadas



Fuente: Investigación de Mercado. Encuesta efectuada por el autor

Elaborado por: Alex Rendón A.

3) Usted se fija en las etiquetas semáforo al momento de comprar una bebida gaseosa

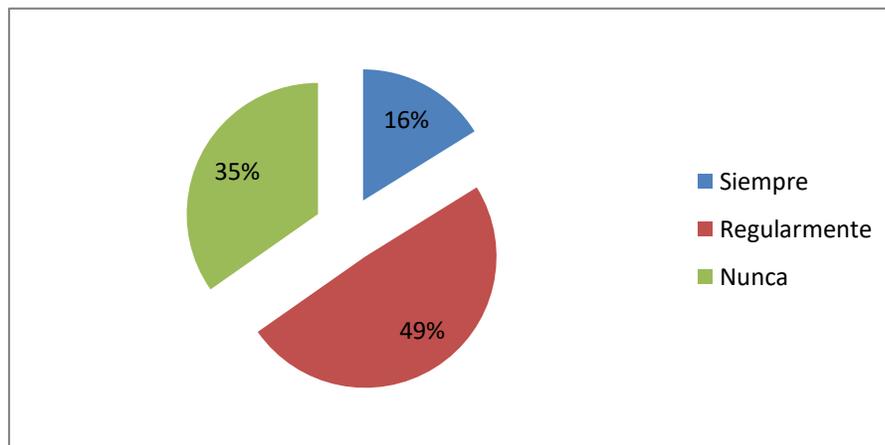
Tabla 3 Fijación en las etiquetas semáforos de los productos de consumo masivo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	73	16%
Regularmente	222	49%
Nunca	157	35%
Total	452	100%

Fuente: Investigación de Mercado. Encuesta efectuada por el autor

Elaborado por: Alex Rendón A

Gráfico N° 3 Fijación en las etiquetas semáforos de productos de consumo masivo



Fuente: Investigación de Mercado. Encuesta efectuada por el autor

Elaborado por: Alex Rendón A

Análisis

Se realizó el siguiente análisis respecto a la fijación que se le presta a las etiquetas semáforos de las bebidas gaseosas siendo el 49% de prestación regular, el 35% un nunca mientras que el 16% restante siempre.

4) ¿Qué nivel de influencia ejerce las etiquetas semáforo en su decisión de compra de un producto de consumo masivo?

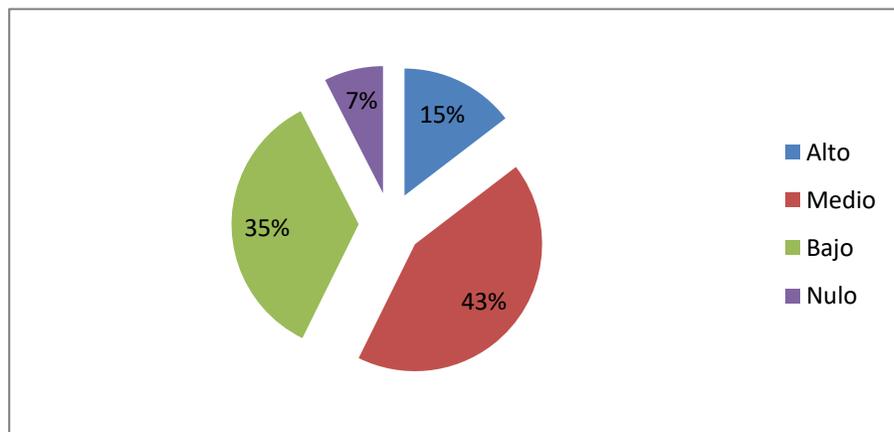
Tabla 4 Nivel de Influencia del etiquetado semáforo en la compra de producto de consumo masivo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Alto	66	15%
Medio	193	43%
Bajo	159	35%
Nulo	34	8%
Total	452	100%

Fuente: Investigación de Mercado. Encuesta efectuada por el autor

Elaborado por: Alex Rendón A

Gráfico 4 Nivel de Influencia del etiquetado semáforo en la compra de productos de consumo masivo



Fuente: Investigación de Mercado. Encuesta efectuada por el autor

Elaborado por: Alex Rendón A

Análisis

Se determinó que la influencia que presenta el etiquetado en la compra de bebidas gaseosas es de término medio y de la cual refleja un 43%, mientras que el 35% es de forma baja, el 15% de manera alta y finalmente un 7% de forma nula.

5) Considera que ha cambiado su frecuencia de consumo en productos masivos a partir de la implementación de etiquetado semáforo.

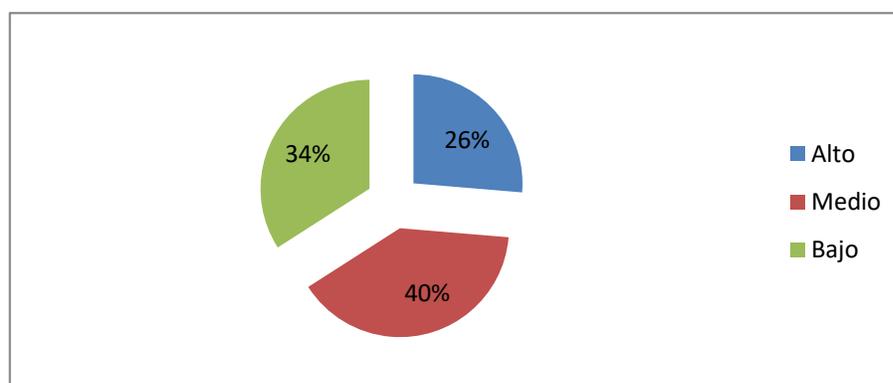
Tabla 5 Cuál es frecuencia en el consumo de producto masivo a partir del etiquetado del semáforo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Alto	119	26%
Medio	179	40%
Bajo	154	34%
Total	452	100%

Fuente: Investigación de Mercado. Encuesta efectuada por el autor

Elaborado por: Alex Rendón A

Gráfico N° 5 Cuál es frecuencia en el consumo de productos a partir del etiquetado del semáforo



Fuente: Investigación de Mercado. Encuesta efectuada por el autor

Elaborado por: Alex Rendón A

Análisis

Se logró determinar que a partir de la implementación del etiquetado nutricional su frecuencia alta representa un porcentaje del 40% como consumo alto, un 34% nivel bajo y por ultimo un 26% alto.

- 6) **Usted se fija en las etiquetas semáforo al momento de comprar una producto de consumo.**

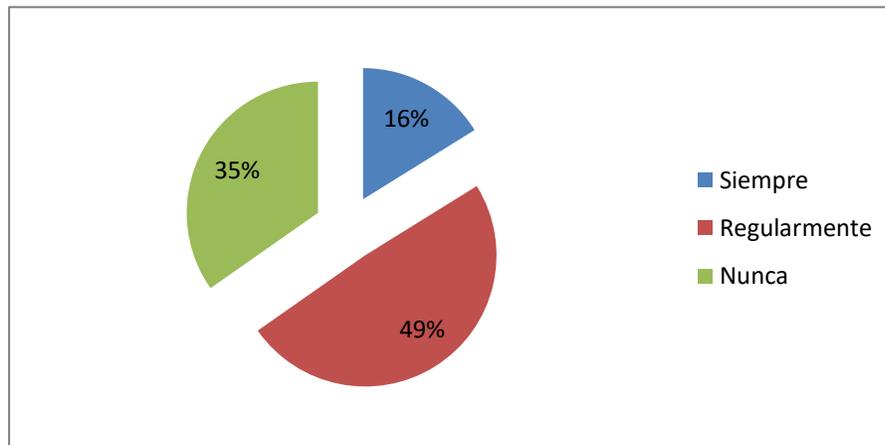
Tabla 6 Fijación en las etiquetas semáforos de los productos de consumo masivo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	73	16%
Regularmente	222	49%
Nunca	157	35%
Total	452	100%

Fuente: Investigación de Mercado. Encuesta efectuada por el autor

Elaborado por: Alex Rendón A

Gráfico N° 6 Fijación en las etiquetas semáforos de productos de consumo masivo



Fuente: Investigación de Mercado. Encuesta efectuada por el autor

Análisis

Se realizó el siguiente análisis respecto a la fijación que se le presta a las etiquetas semáforos de las bebidas gaseosas siendo el 49% de prestación regular, el 35% un nunca mientras que el 16% restante siempre.

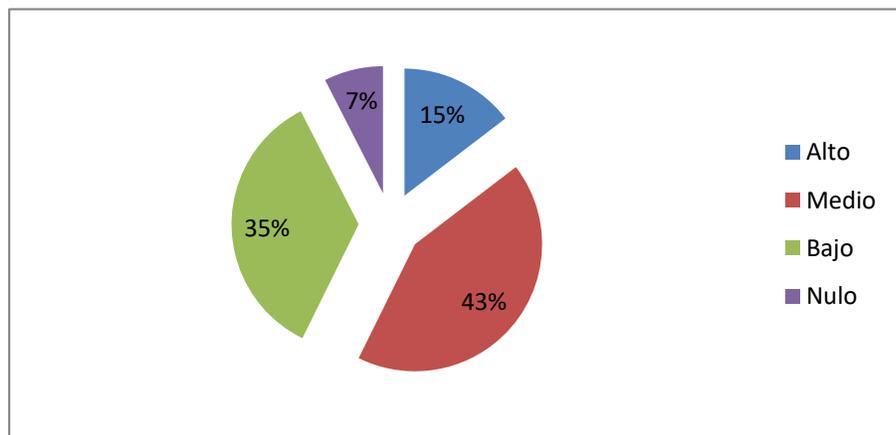
7) ¿Qué nivel de influencia ejerce las etiquetas semáforo en su decisión de compra de un producto de consumo masivo?

Tabla 7 Nivel de Influencia del etiquetado semáforo en la compra de producto de consumo masivo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Alto	66	15%
Medio	193	43%
Bajo	159	35%
Nulo	34	8%
Total	452	100%

Fuente: Investigación de Mercado. Encuesta efectuada por el autor
Elaborado por: Alex Rendón A

Gráfico 7 Nivel de Influencia del etiquetado semáforo en la compra de productos de consumo masivo



Fuente: Investigación de Mercado. Encuesta efectuada por el autor
Elaborado por: Alex Rendón A

Análisis

Se determinó que la influencia que presenta el etiquetado en la compra de bebidas gaseosas es de término medio y de la cual refleja un 43%, mientras que el 35% es de forma baja, el 15% de manera alta y finalmente un 7% de forma nula.

8) Considera que ha cambiado su frecuencia de consumo en productos masivos a partir de la implementación de etiquetado semáforo.

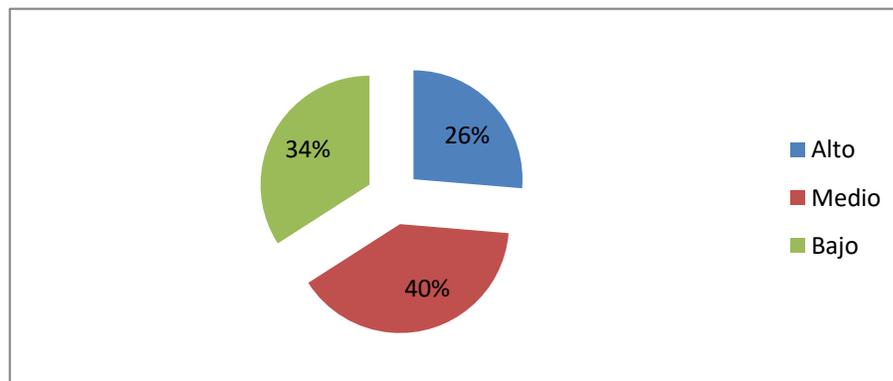
Tabla 8 Cuál es frecuencia en el consumo de producto masivo a partir del etiquetado del semáforo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Alto	119	26%
Medio	179	40%
Bajo	154	34%
Total	452	100%

Fuente: Investigación de Mercado. Encuesta efectuada por el autor

Elaborado por: Alex Rendón A

Gráfico N° 8 Cuál es frecuencia en el consumo de productos a partir del etiquetado del semáforo



Fuente: Investigación de Mercado. Encuesta efectuada por el autor

Elaborado por: Alex Rendón A

Análisis

Se logró determinar que a partir de la implementación del etiquetado nutricional su frecuencia alta representa un porcentaje del 40% como consumo alto, un 34% nivel bajo y por ultimo un 26% alto.

CONCLUSIONES

La competencia y las necesidades del mercado, hacen y crean la necesidad de productos de consumo masivo, entre ellos, las bebidas refrescantes, colas, lácteos, snack y otros, que contribuyen a satisfacer una sed, la energía, la hidratación, sin embargo, los etiquetados semáforos que actualmente se aplican forjan a que a que estos productos no sean adquiridos con su total seguridad, por lo que es necesario a las empresas involucradas invertir en campañas publicitarias para combatir las franjas y de esa manera fortalecer los ingresos y con ello obtener mayor rentabilidad en las estrategias aplicadas en cada una de las industrias que se encuentran en la ciudad de Guayaquil. Siendo importante mejorar la calidad, utilizar insumos más convenientes para la salud del ciudadano y refrescar las bandas con franjas acorde a lo que verdad requiere el consumidor.

Una de las estrategias promocionales para mejorar el consumo, es el mejorar la etiqueta del mismo producto, mejoras que van acompañados con nuevos insumos y herramientas claras para que el consumidor conozca que materiales se están utilizando, por ejemplo, en vez de azúcar utilizar la stevia, por ejemplo, en vez de calorías gaseosas utilizar cosas naturales y por ende acompañar a todos los elementos químicos por elementos naturales de manera orgánica y así evolucionar una bebida con el mismo sabor, el mismo color, pero que su contenido sea de beneficio para la salud de los consumidores y así volver a enfatizar la disminución de franja a un promedio de grasas media, a un consumo medio de azúcar y de igual manera a un consumo medio de sal, solo con ello concluimos que existirá confianza entre quienes gustan los productos de consumo masivo.

Se concluye que los medios masivos de comunicación tradicionales y no tradicionales son los elementos más importantes en difundir el verdadero significado y valor que tienen las bebidas y su aporte en la comunidad, es obvio que el entretenimiento, el gusto y el placer siempre va acompañado de una bebida lo que tenemos que hacer es mejorar sus insumos para el producto terminado y con ello comunicar a todas las comunidades y vale recalcar que, entre los medios masivos de la comunicación, el más importante es la televisión, en donde con un spot publicitario característico en la salud al consumir productos de consumo masivo, es el elemento más importante para enseñarle a la población que si puede tomar bebidas y que no existe contenidos dañinos o que destruyen al organismo y en segunda instancia, los medios no masivos de comunicación como lo son las redes sociales, los virales, correo electrónico y aplicación del EMarketing para difundir de manera acelerada la importancia de los insumos utilizados en las bebidas gaseosas y que estos no influyan de forma negativa en la salud de los consumidores.

RECOMENDACIONES

La población por naturaleza consume productos de consumo masivo mencionados , sin embargo, la franja roja en lo que a grasa y azúcares se refiere es un tanto insegura en el consumidor de bebidas gaseosas debido a que este se cuida su salud, su abdomen, su presión y demás situaciones en la cual se produce daños y prejuicios cuando se consumen altos estándares de grasas y azúcares, por lo que se recomienda mejorar la calidad y a su vez difundir nuevas opciones químicas, que sean mucho más orgánicos, como lo es el consumo de la stevia, splenda y otros artículos que reemplazaran a los azúcares tradicionales que destruyen al organismo, a su vez es de importancia los químicos de menor preservación y de menor grado de intensidad, por lo que, la obligación de las empresas es directamente colocar un producto de calidad al mercado y con ello la difusión de franjas adecuadas para dar confianza al consumidor.

Es necesario que se viabilicen el consumo de productos masivos , pero no directamente por el aporte o mensajes que brindan sus franjas, deben de crearse organismos de control que sean los involucrados en dar la prevalencia de consumo y la aceptación de la elaboración del consumo por tener altos estándares de calidad y sean estas organizaciones las que emitan de como es el producto y saber cuánto es el índice de grasa, azúcar y sal que posee y mas no que se manifieste en un producto de base final, porque esto obviamente opaca el desarrollo de la industria y detiene la competencia y por ende se evita que nuevas empresas se involucren en el desarrollo de la economía del Ecuador, debido a que estos estándares públicos de difusión masiva de las franjas de los semáforos haciendo difícil par que la inversión ingrese, pero al existir un organismo de control que se encargue de dar el pase o el permiso necesario para la difusión del producto, entonces haremos que las empresas e industrias estandarizan su producción, basado en la calidad aprobada por esta entidad que debe de ser gubernamental y de esa forma evitamos disminuir las ventas, la producción, evitamos crear desempleo y por ende hacemos una política de consumo de productos adecuados para la naturaleza humana.

La ética y la moral son los principios corporativos de toda entidad, por lo que su fortaleza se debe a la originalidad y salud de los productos terminados que se laboran, entre ellos, los productos de consumo masivo forjan un consumo masivo necesario en todas las actividades que desarrollamos, una bebida de consumo es de interés de todos, puesto que todas la apetecen y la requieren, sin embargo, es responsabilidad de la empresa el contenido de la misma, también la formación de químicos y los estándares de grasas, azúcares y sales, lo que se conoce como etiquetado semáforo, un producto hecho con responsabilidad es un producto que se vuelve de requerimiento para la sociedad, por consiguiente, un producto con exageración en sus componentes y

mala formación de sus componentes e insumos crea un consumo sí, pero perjudica la salud y a su vez a la contribución de que dicho producto minimice sus ventas, es por ello que las bebidas de consumo masivo debe de cambiar su política e incluso su fórmula y todos los porcentajes de grasas, azúcares y sal.

BIBLIOGRAFÍA

1. Babio, N., López, L., & Salas, J. (2013). *Análisis de la capacidad de elección de alimentos saludables por parte de los consumidores en referencia a dos modelos de etiquetado nutricional; estudio cruzado*. Madrid: ISSN 0212-1611.
1. Borrás, V., & Gil, A. (2014). *Psicología Económica y del Comportamiento del consumidor*. Barcelona : UOC.
2. CACERES, IBARRA, & PASANTES. (2010). *ANÁLISIS DE CONTENIDO NUTRICIONAL DE LA PUBLICIDAD DE ALIMENTOS DIRIGIDA AL PÚBLICO INFANTIL*. CHILE: UNIVERSIDAD DE CHILE .
3. Caycedo, & López, B. (2011). *APLICACIONES EN PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR*. Colombia: Suma Psicológica.
4. comercio. (2 de diciembre de 2014). Nuevas etiquetas están cambiando los hábitos de consumo en el país. *Nuevas etiquetas están cambiando los hábitos de consumo en el país* .
5. Comercio, E. (2013). *El 14% de productos no tiene la etiqueta semáforo*. Guayaquil-Ecuador: El Telegrafo.
6. Consumo excesivo de sal genera problemas de salud, dice nutriólogo. (20 de Febrero de 2015).
7. Ecosfera. (2014). *Ecuador adopta el sistema de semáforo en sus productos alimenticios*. Ecuador: Ecosfera.
8. El Telegrafo. (2014). *El 14% de productos no tiene la etiqueta semáforo*. Guayaquil-Ecuador: El Telegrafo.
9. Guerra, M. d. (2010). *El estado Nutricional y el Rendimiento Escolar*. Ibarra-Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial.
10. Hawkins. (2004). *Construyendo estrategias de marketing* . Mexico: Mc. Graw Hill.
11. Hora, I. (2015). El 'semáforo' alimenticio en etiquetas tiende al amarillo.

12. Idaly Barreto, A. V.-M.-V. (2011). *Sobre la Psicología del Consumidor*. Colombia: Konrad Lorenz Fundación Universitaria.
13. La Hora. (2013). *El 'semáforo' alimenticio en etiquetas tiende al amarillo*. Guayaquil: La Hora.
14. Leone. (2014). *El 'semáforo' alimenticio en etiquetas tiende al amarillo*. Guayaquil: La Hora.
15. Leone, B. (2015). *El 'semáforo' alimenticio en etiquetas tiende al amarillo*. Guayaquil: La Hora.
16. Lexim Abogados. (2015). *Alimentos: las etiquetas con el semáforo nutricional, en plena vigencia*. Ecuador: Lexim Abogados.
17. Lopez. (2005). *La Nutrición*. Ecuador: Universidad Politecnica Salesiana.
18. Luis Gonzalez Vaque. (2014). *¿Son los semáforos nutricionales la mejor manera de informar a los consumidores sobre los nutrientes contenidos en los productos alimenticios?* Madrid: Universidad de Castilla y la Mancha.
19. Marcela Ortiz. (2014). *¡Ecuador aprueba el semáforo en el etiquetado de alimentos!* Consumers International.
20. Michael Solomon. (2010). *Comportamiento del Consumidor*. México: Edición. México: Ed. Pearson Prentice Hall.
21. Ministerio de Salud. (2015). *Conozca el Reglamento de Etiquetados de Alimentos procesados para el consumo humano*. Ecuador: Ecuador Inmediato.
22. Ministerio de Salud Publica. (2013). *Etiquetas cambios necesarios para elegir mejor*. Ecuador: El Telegrafo.
23. Orozco, M. (2014). *Cuatro cambios a la norma sobre etiquetado*. Ecuador: El Comercio.
24. Revista Lideres. (2014). *El 'Semáforo' genera retos a los especialistas de marketing*. Quito-Ecuador: Revista Lideres.
25. Verdezoto, N., & Orozco, M. (2014). *5 527 productos ya cuentan con la nueva etiqueta sobre alto contenido de sal, azúcar y grasas*. Ecuador: El Comercio.

003. ESTRATEGIA DEL VISUAL MERCHANDISING EN LA MARCA ZUO EN RIOCENTRO ENTRE RÍOS.

Autores:

Ing. Ivette Vanessa Morla Simón

Ingeniera en Administración de empresa con mención en Marketing de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Samborondón.

[Ivette_morla@hotmail.com](mailto:ivette_morla@hotmail.com)

MSc. Alex Carlos Rendón Alin

Ingeniero en Marketing, Magister en Marketing y dirección comercial (Ecuador)

Profesor de la Facultad de Marketing y Comunicación en la Universidad Tecnológica ECOTEC, Samborondón.

arendon@ecotec.edu.ec

Resumen

El primer contacto entre la marca y el cliente es uno de los más importantes y se refleja comúnmente por medio de un escaparate. Por esta razón, el presente caso de investigación tiene como objetivo diseñar una estrategia de Visual Merchandising para el escaparate de la tienda de ropa Zuo ubicada en el Centro Comercial Riocentro Entre Ríos. El problema que aborda este caso, es que al momento la marca Zuo maneja una estrategia personal para el escaparate que se ha ido perfeccionando con el tiempo pero no ha implementado una herramienta profesional como el Visual Merchandising para la gestión de su escaparate.

Para desarrollar este artículo , se llevaron a cabo encuestas realizadas a los clientes que ingresaron a la tienda Zuo, una entrevista a un experto en el tema del Escaparatismo y finalmente se realizó una observación de tipo indirecta. De los resultados obtenidos de los métodos en mención, entre los principales, se pudo concluir que el motivo principal por el cual los clientes encuestados ingresaron a la tienda fue por el escaparate; esto demuestra que se debe de colocar un mayor enfoque y atención a su gestión. También afirmaron que existe variedad en la mercadería ofrecida por la tienda, esto es una ventaja que debe de ser reflejada en el escaparate. Analizar la percepción tanto interna como externamente del escaparate es de gran ayuda para poder definir la situación actual de la marca.

PALABRAS CLAVES

Estrategia del Visual Merchandising en la marca Zuo en Riocentro Entre Ríos

ABSTRACT

The first contact between the brand and the customer is one of the most important and commonly reflected through a window. For this reason, the case of research aims to design a strategy for Visual Merchandising showcase Zuo clothing store located in the shopping center Riocentro Entre Rios. The problem addressed in this case is that when the brand Zuo handles personal strategy for the showcase that has been refined over time but has not implemented a professional tool such as Visual Merchandising to manage your storefront

KEYWORDS

Visual Merchandising Strategy in Zuo brand in Riocentro Entre Rios

INTRODUCCION

Hace 10 años atrás unas emprendedoras ecuatorianas decidieron crear un negocio que se dedique a la venta de ropa, zapatos y accesorios. Empezaron con una sola marca y en un punto de venta pero con el tiempo fueron expandiéndose y así mismo las marcas y los puntos de ventas. Originalmente la tienda de ropa se llamaba Ethos, pero tiempo después su nombre fue cambiado a Zuo que significa suyo en italiano. El objetivo de las emprendedoras fue que las clientas sientan que la ropa le podía llegar a pertenecer y ser parte de ellas.

Al momento se encuentran ubicadas en el centro comercial Riocentro Entre Ríos y Policentro. También se encuentran en Quevedo y Portoviejo. Esta marca Zuo está enfocado a las mujeres jóvenes hasta los 60 años, y esta variedad se encuentra reflejada en sus escaparates. La esencia de esta marca es que una prenda puede ser utilizada tanto por jóvenes como por adultos, es por esto que constantemente tratan de rotar su inventario y ampliar el portafolio de mercadería para ofrecer.

A pesar de estar innovando constantemente en su mercadería y en su variedad, la marca Zuo no maneja la gestión de exhibición dentro y fuera de la tienda con una herramienta profesional, como por ejemplo el Visual Merchandising. Ellos manejan una estrategia personal que con el tiempo la han ido perfeccionando. Al analizar la situación actual de la tienda Zuo tanto interna como externamente, se aplicarán las correctas técnicas que brindan el Visual Merchandising para el mejoramiento de la misma.

El Visual Merchandising es la aplicación de varias técnicas en el exhibidor, logrando que el producto llame la atención del consumidor y obteniendo así una rentabilidad. En la actualidad existe una homogenización de la imagen y diseño del exhibidor en una tienda, es por esta razón que el Visual Merchandising juega un papel muy importante y debe de ser utilizado como elemento diferenciador por parte de la marca.

La finalidad del merchandising visual es direccionar el flujo de clientes hacia determinadas secciones o productos donde se quiere sacar provecho, estimular las ventas por impulso, colocar correctamente los productos para que estén al alcance del consumidor y diseñar el establecimiento de manera ordenada para que el cliente pueda realizar sus compras con facilidad (Bort, 2004). Dentro de este proyecto, se establecerán estrategias al hacer uso de la herramienta Visual Merchandising para lograr un impacto positivo en el escaparate de la tienda Zuo.

Al momento la marca Zuo cuenta con una estrategia personal que la aplica en sus escaparates, con este proyecto se pretende implementar el Visual Merchandising como herramienta para conseguir una percepción diferenciada en la exhibición. De acuerdo a Joan Costa (2003), autor del libro Diseñar para los ojos, “a la persona le toma de 8 a 10 segundos observar el escaparate de una tienda”, es por esto que necesitamos que el producto resalte dentro del escaparate, que sea atractivo e incentive la compra.(pág. 17)

Debido a la homogenización de la imagen en las tiendas, es necesario crear una experiencia diferenciadora para el consumidor. Con este trabajo, se pretende implementar una estrategia visual en el escaparate que impacte al consumidor y lo invite a ingresar a la tienda

Alcance o Tipo de Investigación

Esta investigación es de tipo descriptiva mixta (cuantitativa y cualitativa) ya que se va a implementar encuestas a los clientes que ingresen a la tienda Zuo, se va a realizar una entrevista a un experto en el tema de Escaparatismo, y finalmente se va a realizar una observación de tipo indirecto puesto que no se va a interactuar personalmente con el cliente.

Novedad o Aspecto Innovador

La aplicación del Visual Merchandising en el Escaparate para captar la atención del cliente y crear una experiencia diferente.

Tipo de estudio realizado

Esta investigación es de tipo descriptiva mixta (cuantitativa y cualitativa) ya que se va a determinar cuál es la situación actual en la tienda de ropa Zuo y se establecerán propuestas de mejora en base al estudio. La investigación es mixta ya que se va a implementar encuestas a los clientes que ingresen a la tienda Zuo, se va a realizar una entrevista a un experto en el tema de Escaparatismo, y finalmente se va a realizar una observación de tipo indirecto puesto que no se va a interactuar personalmente con el cliente; y también una observación indirecta acerca del escaparate de la tienda Zuo.

Periodo y lugar donde se desarrolla la investigación

Esta investigación se desarrolla en la tienda de ropa llamada Zuo, la cual se encuentra ubicada en el centro comercial Riocentro Entre Ríos. Desde el mes de enero hasta mayo del año 2016.

Universo y muestra escogidos

El Universo de esta investigación corresponde a todos los individuos que ingresan a la tienda de ropa Zuo, de lunes a domingo, ubicada en el Centro Comercial Riocentro Entre Ríos. De acuerdo a la información obtenida por esta marca, el promedio que ingresan al mes es de 680 personas. De este universo, se determinó el tamaño de la muestra para realizar la encuesta.

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

N (Tamaño de la población) = 680

σ (Desviación estándar de la población) = 0.5

Z (Valor obtenido mediante niveles de confianza) = 1.96

e (Límite aceptable de error muestral) = 0.05

n (Tamaño de la muestra) =

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

$$n = \frac{(680) \times (0.5)^2 \times (1.96)^2}{0.05^2(680 - 1) + (0.5)^2 \times (1.96)^2}$$

$$n = 245.70$$

n = 246 personas

Métodos empleados

Teórico:

El método teórico que corresponde a este proyecto es el Hipotético-Deductivo, puesto que dentro de las acciones que se van a realizar están el establecer una hipótesis y observar el fenómeno de estudio, para luego verificarlo y comprobarlo.

Empírico:

Este método se va a aplicar a la investigación por medio de una encuesta, observación y entrevista. Se va a implementar una encuesta por medio de un cuestionario, con el que se puede recolectar datos, conocer la opinión del encuestado y verificar la hipótesis planteada. El objetivo de la encuesta es medir, desde el punto de vista del cliente, la percepción de la marca, la percepción del diseño de la tienda y la satisfacción de los clientes. El cuestionario está enfocado a los consumidores de sexo femenino, entre las edades de 20 años hasta 60 años, que ingresen a la tienda Zuo en Riocentro Entre Ríos. Para ver el detalle de las preguntas del cuestionario se debe de revisar el anexo.

También se va a aplicar el método de la observación, cuyo objetivo es determinar el comportamiento del consumidor hacia la tienda Zuo. La observación será de manera indirecta puesto que no se va a establecer una interacción con los clientes. Para realizar esto, se va a utilizar una ficha de observación que se encuentra detallada en el anexo.

Finalmente, por medio de la entrevista a un experto en el tema de Escaparatismo se va a poder determinar la importancia de los diferentes elementos que interactúan en el escaparate. El objetivo de esta entrevista es establecer el correcto uso de estos

elementos. Las preguntas para la entrevista al experto se encuentran detalladas en el anexo.

Procesamiento y análisis de la información

Para poder realizar el procesamiento y análisis de la información recopilada, se va a implementar la herramienta llamada QuestionPro, la cual es “un avanzado software que permite realizar encuestas online, encuestas móviles y da soluciones para la investigación de mercados” (QuestionPro, 2015).

Análisis de Resultados

Luego de realizar la encuesta a los consumidores de sexo femenino en la tienda Zuo ubicada en el Centro Comercial Riocentro Entre Ríos, basándose en la muestra, se obtuvieron los siguientes resultados:

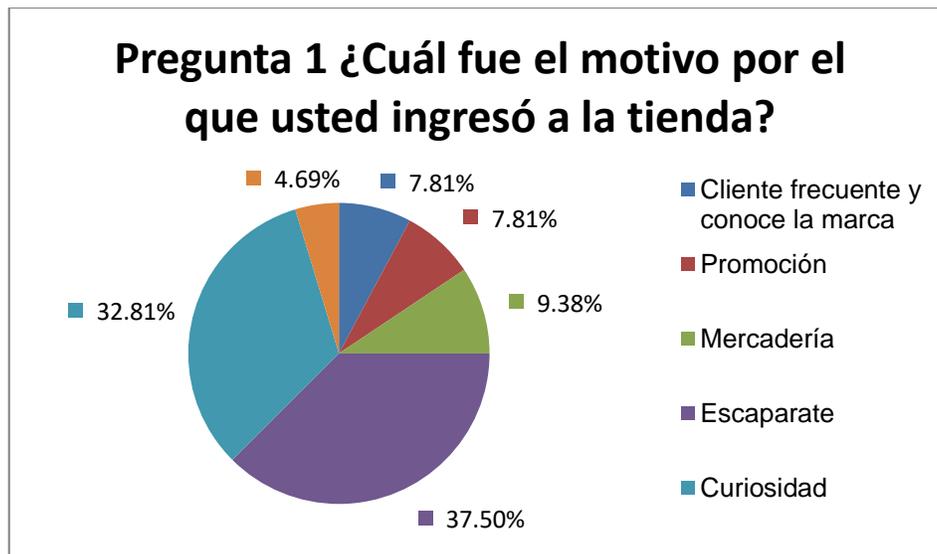


Figura 1. Fuente Ivette Morla

El principal motivo por el cual los clientes encuestados ingresaron a la tienda fue por el escaparate, en un 37.50%, esto demuestra que este elemento es el motor que atrae al cliente.

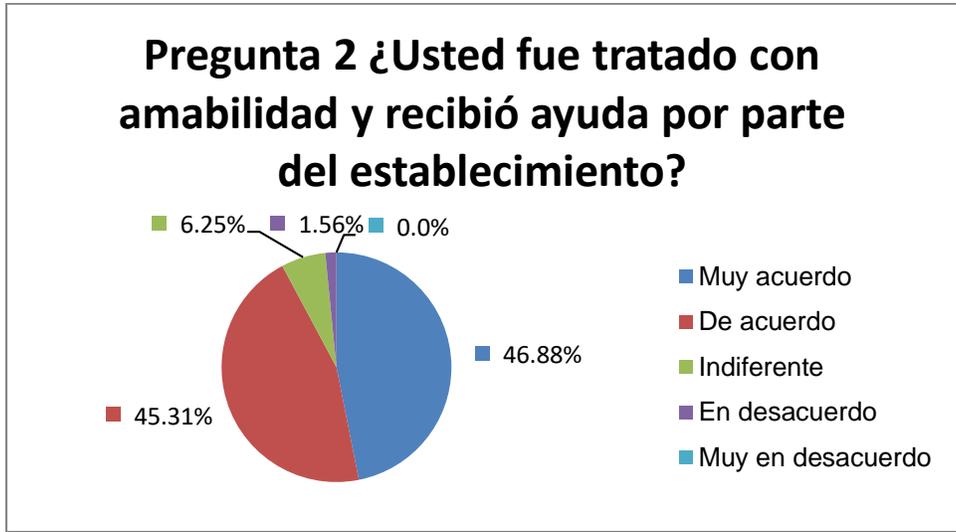


Figura 2. Fuente Ivette Morla

En un 46.88% los encuestados contestaron que están muy acuerdo con el trato y la ayuda recibida por parte de la tienda de ropa Zuo.

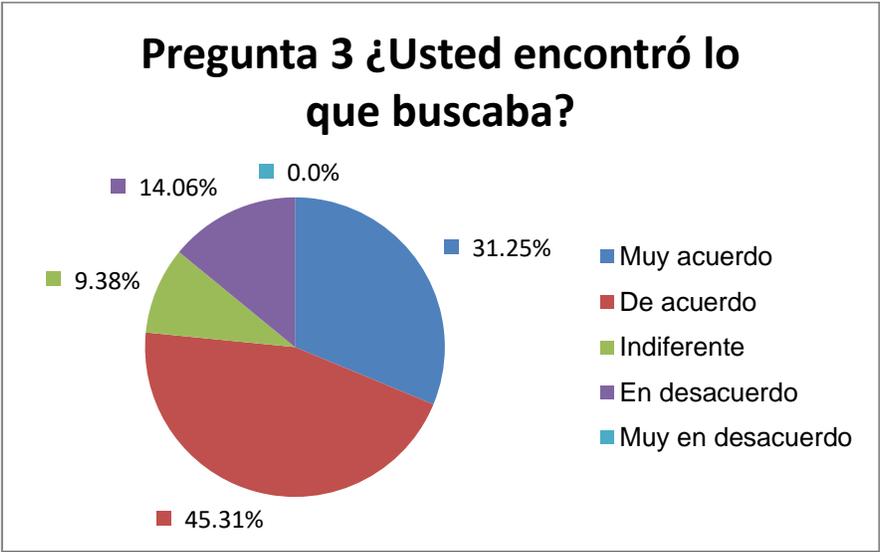


Figura 3. Fuente Ivette Morla

De acuerdo a los resultados, en un 45.31% los encuestados encontraron lo que buscaban en la tienda de ropa Zuo.

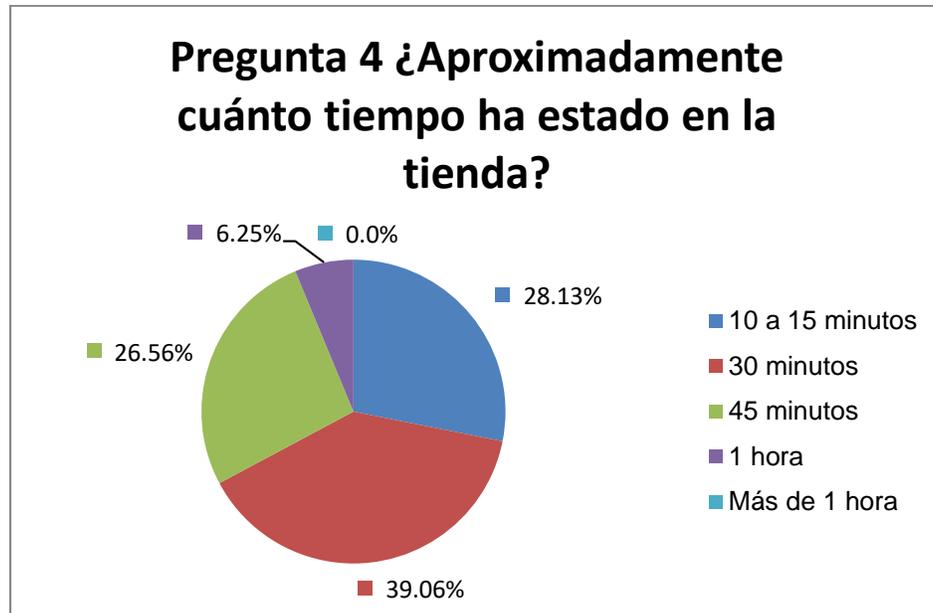


Figura 4. Fuente Ivette Morla

Media hora es lo que la mayoría de los encuestados, en un 39.06%, estuvo dentro de la tienda. Y en un 28.13% los clientes estuvieron de 10 a 15 minutos dentro de Zuo.

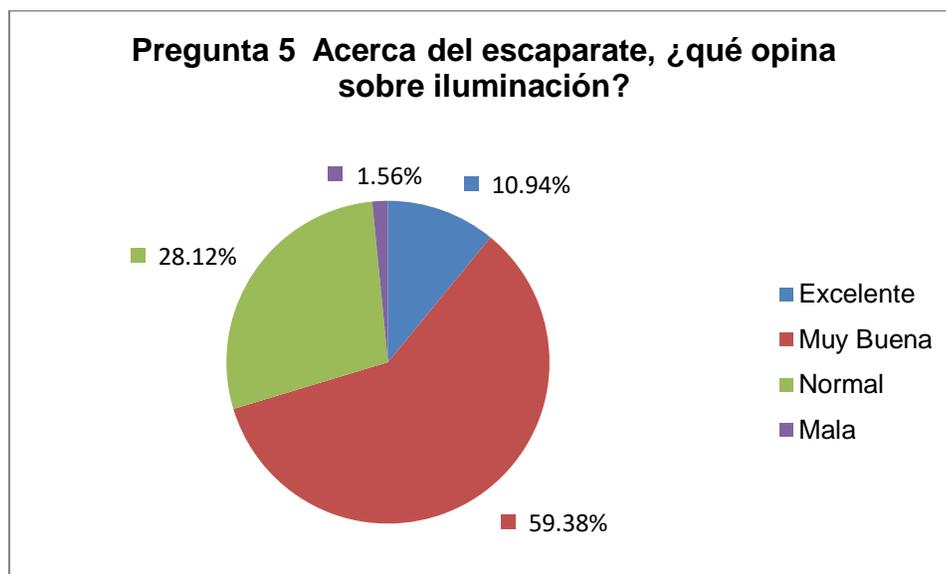


Figura 5. Fuente Ivette Morla

Acerca de la iluminación en el escaparate de la tienda Zuo, los encuestados contestaron que en un 59.38% es muy buena.

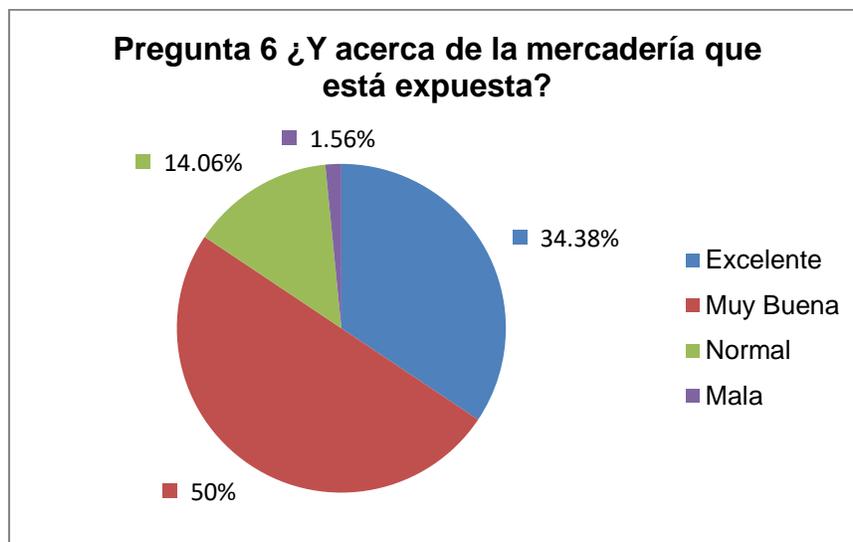


Figura 6. Fuente Ivette Morla

En un 50% los clientes opinan que la mercadería expuesta en el escaparate es muy buena. Esto demuestra que está correctamente exhibida en el escaparate.

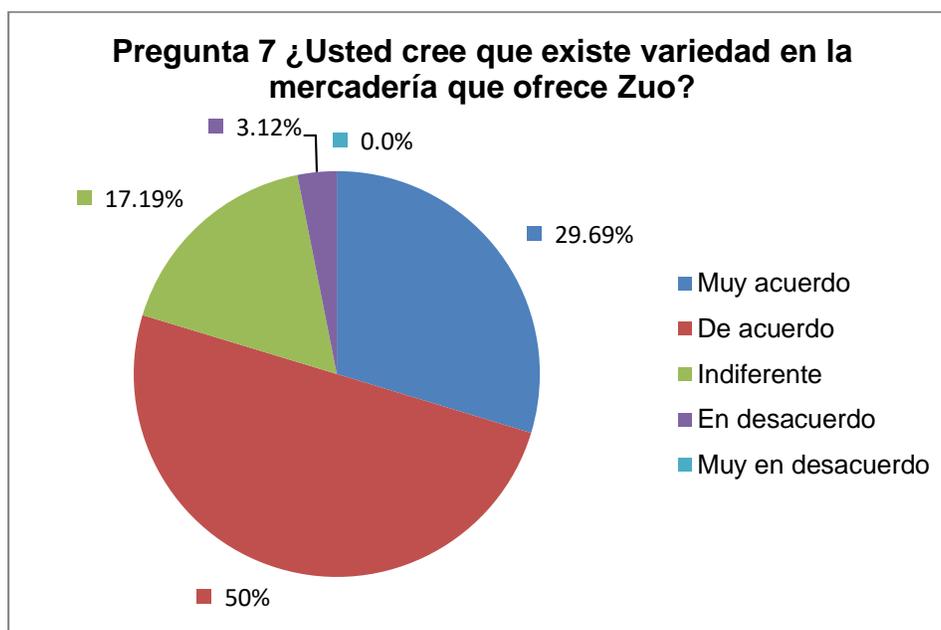


Figura 7. Fuente Ivette Morla

De acuerdo a los clientes encuestados, en un 50% están de acuerdo que la tienda de ropa Zuo ofrece variedad en la mercadería que ofrece.

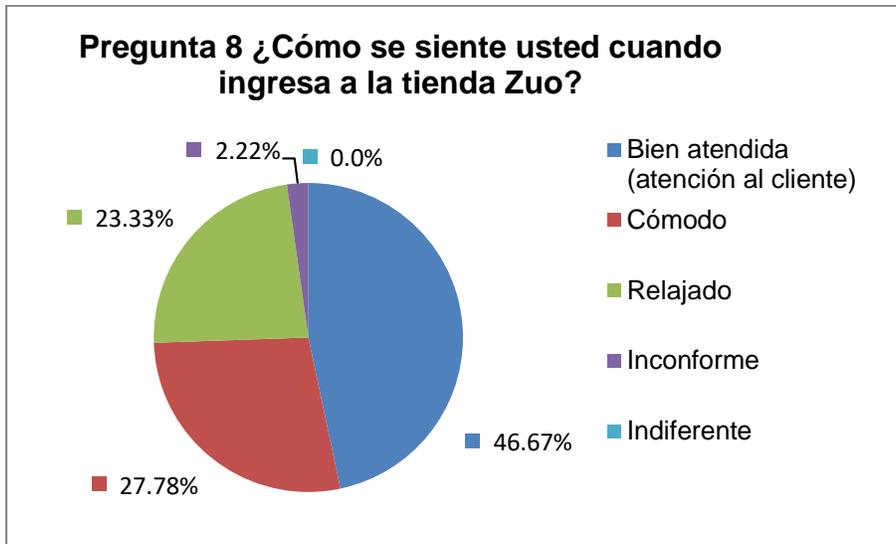


Figura 8. Fuente Ivette Morla

Los clientes encuestados confirmaron que en un 46.67% reciben una buena atención al cliente al ingresar a la tienda Zuo. Además en un 27.78% se sienten cómodos.

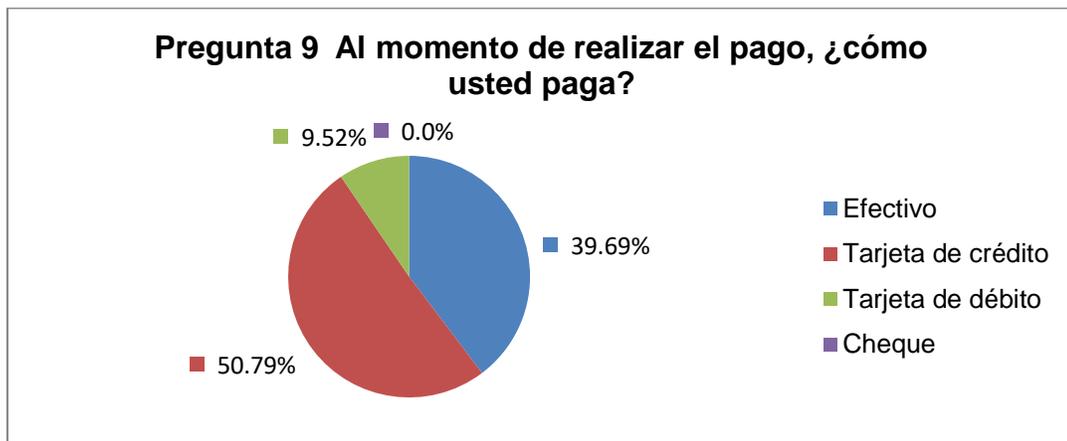


Figura 9. Fuente Ivette Morla

Entre las diferentes opciones de pago que ofrece Zuo, los clientes en un 50.79% lo realizan con tarjeta de crédito y en un 39.69% en efectivo.

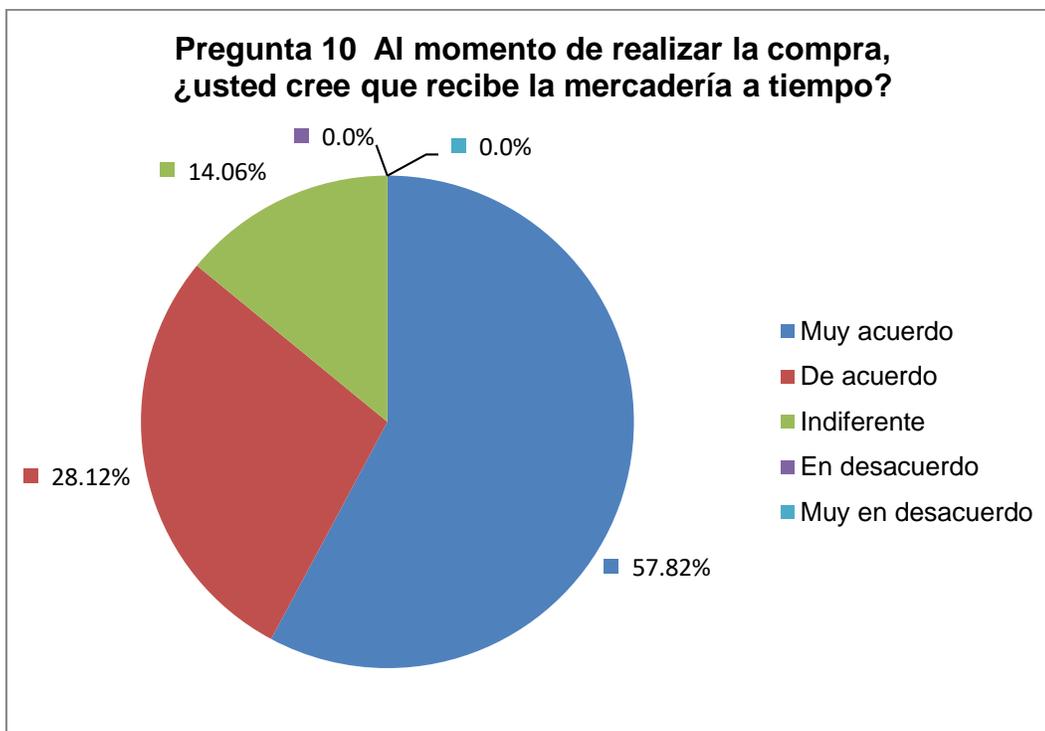


Figura 10. Fuente Ivette Morla

Acerca de recibir la mercadería a tiempo, los encuestados contestaron en un 57.82% que están de acuerdo con este servicio.

Otro método que se implementó fue el de la observación indirecta tanto a los posibles clientes, por medio de una ficha de observación, como también a los elementos del escaparate. La observación indirecta a los posibles clientes se realizó durante dos meses, incluyendo los días entre semana y también los fines de semana. Por consiguiente, como conclusión de este proceso se logró observar lo siguiente:

Surgieron dos comportamientos por parte del posible cliente antes de ingresar a la tienda. El primero fue que se dirigieron directamente al interior de la tienda a consultarle al personal de Zuo por un producto en específico. De este primer comportamiento surgieron dos respuestas, una es que si no encontraban el producto que se consultó, se retiraban de la tienda; y la otra fue que terminaban viendo otra mercadería.

El segundo comportamiento, que fue el más común, era en el que el posible cliente observaba el escaparate y luego ingresaba a la tienda Zuo. Así mismo, de este segundo comportamiento se originaron dos respuestas, una de ellas fue que el posible cliente preguntaba por la mercadería que le llamó la atención en el escaparate. Y la

segunda fue que al ingresar a la tienda, empezaron a observar la mercadería que se encontraba dentro del local.

La segunda observación indirecta que se realizó fue a los elementos del escaparate, es decir la iluminación, los colores y el diseño. De esta observación se puede concluir que el escaparate de la tienda Zuo tiene una correcta iluminación que permite visualizar y resaltar cada uno de los elementos de esta tienda. Referente al diseño, el exhibidor para zapatos es muy básico y sencillo, no es creativo. Pero por otro lado, el diseño de los maniqués sí llama la atención. Acerca de los colores, la marca juega mucho con los distintos tonos dependiendo de la colección de ropa que vayan a colocar en el escaparate y la temporada en la que se encuentren.

Imagen 1



Fuente Ivette Morla

Imagen 2



Fuente Ivette Morla

Finalmente, otro método utilizado en este proyecto fue el de la entrevista, la cual se realizó al Magister en Gestión Empresarial Especialista en Merchandising y Trade Marketing Eduardo Valarezo Paredes. De esta entrevista se obtuvo el siguiente informe:

El escaparatismo es una de las técnicas del merchandising más importante ya que a través de esta se logra captar la atención del posible cliente hacia la tienda o al producto que se está exhibiendo. El individuo se comunica con el mundo por medio de los sentidos, y uno de los más importantes es el sentido de la vista. Por esta razón surge la importancia del escaparate, que logre captar la atención del cliente y lo haga vivir el momento de utilizar ese producto o servicio. Todo esto a través de un sentido tan importante como lo es la vista.

El escaparatismo también se lo conoce como vitrina y son los responsables de un gran número de los ingresos de los clientes al local. Se puede considerar al escaparatismo como una ventana hacia el interior del local, en el que se debe de demostrar lo mejor que tiene la tienda para comercializar. El escaparate debe transmitir en esencia lo que es la tienda y se debe de exhibir de la mejor manera, tanto psicológicamente como físicamente los productos para que atraiga la atención de los consumidores.

Para que una tienda pueda enfocarse en los elementos del escaparatismo, hay que determinar primero el producto o servicio que se está comercializando. Entre los principales elementos está la iluminación, ya es muy importante que se destaque en el escaparate aquello que las personas van a centrar su atención. El escaparate también debe de cautivar y seducir al consumidor porque es la carta de presentación del local.

También otro elemento es el color, que transmita vida y vaya acorde al tipo de producto que se esté vendiendo. El escaparate debe transmitir el mensaje de la tienda y no recargarlo de contaminación visual ya que esto produce rechazo por parte del posible cliente. Así mismo la creatividad que se aplique al momento de arreglar el escaparate, no debe de quitarle protagonismo a la mercadería; debe ser algo complementario.

Para la gestión del escaparate de una tienda de ropa de mujeres, se debe de enfocar en la originalidad ya que se está compitiendo con un número elevado de tiendas similares en el mismo centro comercial. También debe de enfocarse en algo

que llame la atención y estar delante de las tendencias y la época del año. La mercadería que se exhibe en el escaparate debe de estar enfocada al target de la tienda.

De acuerdo a los resultados de la encuesta, el principal motivo por el cual los clientes ingresan a la tienda Zuo es por el Escaparate. Por este motivo, se debe de colocar un mayor enfoque en este elemento para que pueda atraer a un número mayor de clientes potenciales. Dentro de la propuesta de mejora se incluye lo siguiente:

- Reducir la cantidad de maniqués exhibidos y en lo posible, que todos sean de un mismo tono. Se los debe de ubicar con la sensación de movimiento, esto hace que se asemeje al cuerpo de un ser humano.
- No colocar el aviso de promoción en el piso y tampoco debe de tapar otros avisos que se encuentren en el escaparate. En su lugar, colocar los avisos de promoción pegados al cristal, deben de ser colores llamativos y no deben de tapar la mercadería en el escaparate.
- Implementar un cronograma para realizar las modificaciones en el escaparate. Se debe de enfocar en las festividades, épocas del año, cambio de colección de ropa.
- Manejarse con un promedio de 10 días para realizar cambios en el escaparate.
- Para realizar la respectiva comunicación de las promociones vigentes, se lo debe de colocar en el escaparate, pero también utilizar las redes sociales para realizar este comunicado. También es recomendable utilizar este medio para comunicar cada vez que se realizan cambios en los escaparates, de esta manera los clientes están al tanto de las nuevas tendencias y mercadería de la tienda.
- Para realizar la exhibición de zapatos en el escaparate, es recomendable colocarlos junto a la ropa del maniquí puesto que son productos complementarios. Al colocar la ropa y zapatos juntos en el escaparate, se incentiva la compra del outfit completo.
- Un método para incrementar las ventas, es realizar un repaso de los productos que más vende la tienda, seleccionar los que más margen representen y realizar una exhibición de éstos en el escaparate.

- Implementar una música cálida en el local y también un aromatizador. Esto permite que el cliente se sienta en armonía al momento de comprar.
- Mantener un inventario de 3 prendas por talla. Esto ofrecerá una mayor variedad por talla y evita el no contar con la mercadería al momento que un cliente quiera realizar la compra.

Conclusión

A lo largo de esta investigación, se analizó sobre la estrategia del escaparatismo y su efecto, también acerca de los diversos componentes que forman un escaparate y sobre su importancia, el impacto que éstos tienen sobre el consumidor y su comportamiento de respuesta. Así mismo, mediante las encuestas se logró determinar la opinión y punto de vista de los clientes acerca del escaparate de la tienda Zuo, definiendo así la situación actual de la marca. También sobre el trato recibido por parte del personal y el comportamiento del cliente dentro de la tienda.

Luego de finalizar este proyecto, se llegó a la conclusión de que el escaparate es uno de los elementos más importantes de una tienda, incluso puede llegar a ser el más importante en mi opinión. El escaparate simboliza la carta de presentación de la marca, es el primer encuentro entre el posible cliente y la marca. En ocasiones suele descuidarse del escaparate y no se lo cambia. Este elemento debe de rotar constantemente y lograr ser innovador y creativo para de esta manera deleitar al consumidor. El escaparate es el medio por el cual la marca se comunica con su cliente, ya sea por alguna nueva colección de ropa o una promoción, la mejor manera es comunicarlo a través del escaparate.

Es por esto que dentro de la propuesta, se especificó diferentes acciones a tomar en el escaparate de la tienda Zuo para lograr que llame la atención de los posibles clientes e impulse la compra. Entre los principales, se propone una logística con los maniqués y la distribución en el escaparate, llevar un cronograma con los cambios a realizar en el escaparate y comunicación en las redes sociales. Estas propuestas de mejora, además de darle un nuevo concepto al escaparate de la tienda, pretenden que la tienda Zuo resalte entre la competencia dentro del centro comercial.

El Visual Merchandising utilizado como herramienta, es de gran soporte para identificar y determinar la situación actual de una marca. A partir de esto, se pueden establecer las acciones a seguir para convertir a una tienda en un imán de miradas y

que destaque entre la competencia. El objetivo es lograr que el cliente viva una experiencia inolvidable y de pertenencia al observar el escaparate de una tienda, y que finalmente ingrese a ésta y realice la compra.

Bibliografía

- Batey, M. (2013). El significado de la marca. Buenos Aires: Granica.
- Bort, M. (2004). Merchandising. Madrid: ESIC.
- Costa, J. (2003). Diseñar para los ojos. Bolivia: Grupo Editorial Design.
- Díez, E., Landa, F., & Navarro, A. (2006). Merchandising. Madrid: Pirámide.
- Jones, G., & George, J. (2010). Administración Contemporánea. México: MC Graw Hill.
- Keller, K., & Kotler, P. (2012). Dirección de Marketing. México: Pearson.
- Kotler, P. (2013). Fundamentos de Marketing. México: Pearson.
- Kotler, P. (2003). Los 80 conceptos esenciales de marketing. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Fundamentos de Marketing. México: Pearson.
- López-Pinto, B. (2001). La esencia del marketing. Barcelona: Edicions UPC.
- Martínez, I. (2005). La Comunicación en el Punto de Venta. Madrid: ESIC.
- Monferrer, D. (2013). Fundamentos de Marketing. Universitat Jaume I.
- Mullins, J., Walker, O., Boyd, H., & Larreché, J.-C. (2007). Administración de Marketing. México: MC Graw Hill.
- Munuera, J. L., & Rodríguez, A. (2007). Estrategias de marketing. Madrid: ESIC Editorial.
- Palomares, R. (2012). Marketing en el punto de venta. Madrid: ESIC.

Palomares, R. (2015). Merchandising. Madrid: ESIC.

QuestionPro. (2015). QuestionPro Software para Encuestas. Recuperado el 2016, de <http://www.questionpro.com/es/>

Real Academia Española. (2016). Diccionario de Real Academia Española. Recuperado el Marzo de 2016, de <http://dle.rae.es/?id=G9x5YVe>

Robbins, S., & Coulter, M. (2010). Administración. México: Pearson.

Rodríguez, I. (2006). Principios y estrategias de marketing. Barcelona: UOC.

Serrano Domínguez, C., & Serrano Gómez, F. (2005). Gestión, Dirección y Estrategia de productos. Madrid: ESIC Editorial.

Setó, D. (2004). De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente. Madrid: ESIC.

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). Fundamentos de Marketing. México: MC Graw Hill.

Velilla, J. (2010). Branding. Tendencias y Retos en la comunicación de marca. Barcelona: UOC.

Wunderman, L. (2003). Being Direct: Making Advertising. En P. Kotler. Madrid: Pearson.

004. EL NEUROMARKETING COMO DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA TEORÍA DE LOS 3 CEREBROS.

Autores:

Mgs. Alfredo Eduardo Hoyos Zavala

Docente Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

alfredohoyos1981@hotmail.com

Guayaquil - Ecuador

Mgs. Xavier Reinaldo Plaza Castro

Docente Universidad ECOTEC

xplaza@ecotec.edu.ec

Guayaquil - Ecuador

RESUMEN

El neuromarketing es un área de estudio interdisciplinaria en la que se aplican técnicas y tecnologías propias de las neurociencias que permiten analizar las respuestas cerebrales del ser humano frente a diversos estímulos de marketing.

Cuando observamos el diseño de un punto de venta sean estos muebles, colores, ubicación, promociones, secciones, etc., de antemano sabemos que mejora la experiencia de compra, si hace un uso de los conocimientos e información que aporta la psicología del consumidor y el neuromarketing. Lejos del criterio “me gusta” o “no me gusta” es posible utilizar criterios objetivos para su optimización.

El análisis de los deseos de los consumidores, necesidades, experiencias, sentimientos, recuerdos, atención, percepción, memoria y motivaciones de las personas permite recopilar información fundamental para diseñar paso a paso una grata experiencia de compra o futura compra.

Es por eso que este artículo se basa en el estudio del marketing a través de lo que las marcas dicen, y eso de cierta manera llega al subconsciente del consumidor lo que tendría como resultado una venta de su producto, complementando a esto, se enfoca en la teoría de los 3 cerebros de Paul MacLean desarrollada en el año de 1952, en la que identifica que todo ser humano tiene 3 cerebros: Córtex (racional), Límbico (emocional), Reptil (primitivo).

Palabras Claves: Neuromarketing, Comportamiento del Consumidor, Percepción, Desarrollo de Mercado.

INTRODUCCIÓN

Siempre fue difícil interpretar el comportamiento del cerebro, porque los mercadólogos no sabían que pasaba en su interior y mucho menos como se podía de una u otra forma interpretar y satisfacer sus gustos y necesidades. Pero en estos últimos años la ciencia y la tecnología han unificado sus beneficios logrando revolucionar el día a día.

La neurociencia se entiende como el estudio de la estructura, función, desarrollo del sistema nervioso y de cómo los diferentes elementos del sistema nervioso interactúan y dan origen a la conducta. Aplicando las estrategias del marketing y consolidándolas con los conocimientos y las herramientas de las neurociencias, con esto nace el neuromarketing.

Con el fin de comprender cómo se produce el proceso de consumo desde una nueva perspectiva, el cual ha fusionado el marketing con los conocimientos provenientes de las neurociencias; y que se lo ha clasificado dentro del marketing de quinta generación, es necesario explorar el Cerebro Humano para conocer, comprender y analizar el funcionamiento del mismo ante los estímulos continuos, variables y subliminales del marketing o entorno comercial en el cual el consumidor se desarrolla cotidianamente.

Podemos comprender bien el inicio y el final del proceso de consumo, pero no la parte fundamental entremedio. Es decir, lo que sucede en la mente del consumidor, y esto es lo que está cambiando con el neuromarketing.

Durante las últimas décadas todas las investigaciones-experimentales realizadas en base al estudio de actividad cerebral han proporcionado mucha información de extrema importancia para el neuromarketing, el cual tiene como objetivo principal comprender el resultado del comportamiento motriz, sensitivo y afectivo del ser humano ante todos estos estímulos provocados por el marketing para poder planificar estrategias más eficientes y adecuadas a los diferentes mercados y consumidores.

Por medio del neuromarketing se conoce de manera tangible la relación emocional que se establece entre las marcas y los consumidores; así como también, permite conocer cómo reaccionan de una u otra forma a la publicidad, y explorar el por qué si le gusta el sabor de un producto deciden finalmente comprar el de la competencia, etc.

El cliente del siglo XXI se ve sometido a cientos de estímulos comerciales que dispersan su atención. En este entorno tan competitivo el marketing tradicional evidencia importantes carencias a la hora de captar la atención del potencial consumidor, por lo que es preciso incorporar nuevas técnicas de marketing que resuelvan el problema.

Afortunadamente la aparición de innovadores métodos que permiten visualizar el funcionamiento del cerebro humano ayudan a entender cómo impactan los estímulos comerciales en los consumidores y cómo toman las decisiones de compra. Todo este conocimiento es imprescindible para el diseño de estrategias de marketing que pongan a los clientes de tu parte.

DESARROLLO

Desde un punto de vista más objetivo, el mercadólogo siempre buscará generar la confianza en su cliente, para lo cual es importante observar cual es el canal de comunicación que funciona para él, y poder así entrar en su misma frecuencia, logrando de esa manera simpatizar, para lo cual ha sido de mucha ayuda los estudios que la Programación Neurolingüística ha realizado en estos 50 años, detallando que los individuos pueden ser predominantemente Visuales, Auditivos o Kinestésicos (Alvarez, 2009).

Este interés despertado hacia la estructura y el funcionamiento cerebral, conjuntamente a los avances tecnológicos, han permitido que el marketing vaya más allá del clásico análisis del comportamiento de los consumidores. Esto ha permitido que se pueda hablar de un marketing de quinta generación por los procesos complejos que involucra, al cual se ha denominado neuromarketing.

Cuando pensamos en la evolución del marketing se vislumbra como surge el neuromarketing, y es que hace apenas unas décadas solamente comprendíamos que en el proceso del marketing intervenían un fabricante y un consumidor final del cual se estudiaba su conducta, pero las estrategias casi nunca eran ajustadas a ese comportamiento conductual. No en vano marcas como Coca Cola, Colgate Palmolive, Johnson & Johnson, usan el neuromarketing como estrategia permanente.

TEORÍA DE LOS 3 CEREBROS

Paul MacLean fue un médico norteamericano y neurocientífico quien hizo contribuciones significativas en los campos de la psicología y la psiquiatría. Su teoría evolutiva del cerebro triúnico propone que el cerebro humano es en realidad tres cerebros en uno: el reptiliano, el sistema límbico y la neocorteza (Braidot, 2011).

Cerebro Reptiliano

También llamado cerebro primitivo es el que se encarga de automatizar nuestras funciones rutinarias, así como también nos enlaza a nuestras tradiciones, rituales, o

a nuestro miedo al cambio, de la misma manera que nos ayuda a marcar nuestro territorio y defendernos ante cualquier agresión externa.

Cerebro Límbico

Es el motor y generador de nuestras emociones, afectos, motivaciones. El cerebro límbico es el que nos asegura las cuatro grandes funciones para nuestra supervivencia: la agresividad, el alimento, el apareamiento y la autodefensa.

Cerebro Córtex o el cerebro superior

Aquí este cerebro ha alcanzado en el hombre una dimensión tan grande que debe plegarse sobre sí mismo para tener cabida dentro de nuestra cabeza.

Dividido por dos hemisferios y a su vez en cuatro lóbulos, cada uno de los cuáles tiene funciones específicas.

- Los lóbulos temporales se ocupan del lenguaje y es también donde parece alojarse la memoria. También se ocupan de la audición.
- Los lóbulos occipitales son los encargados de la vista y los lóbulos parietales son los que rigen nuestros sentidos.
- En los lóbulos frontales es donde se aloja lo que denominamos inteligencia. Es aquí donde se planean y deciden nuestras estrategias. Donde pensamos lo que debemos o no hacer y cómo hacerlo. Este nivel del cerebro es muy inestable e imprevisible. Es el cerebro creador, el que nos impulsa a emprender nuevos caminos, a inventar, a no conformarnos con lo que tenemos o lo que somos, a buscar lo novedoso (Braidot, 2011).

Estos tres cerebros se encuentran en permanente comunicación entre ellos, pero conservan sin embargo una cierta independencia y controlando además cada uno algunos rasgos específicos.

IMPORTANCIA DEL NEUROMARKETING EN EL MERCADO ACTUAL

Según la teoría de Paul Mclean del “Cerebro trino”, el cerebro humano ha evolucionado desde el cerebro reptil, encargado de nuestras funciones y necesidades vitales; al cerebro mamífero o límbico, donde residen las emociones y la memoria; y de éste al neocórtex, que nos permite realizar procesos de pensamiento racional, análisis, creatividad.

Si captamos la atención del cerebro reptiliano será más fácil involucrar las demás partes del cerebro y al público, con la propuesta de valor que ofrecemos, pero ¿cómo llegar al cerebro reptil?

Estos son 5 formas que se derivan de los estudios de neuromarketing y el funcionamiento del cerebro.

Comprender lo que le provoca dolor a la audiencia.

El cerebro reptiliano está preocupado por evitar el dolor como medio de supervivencia, en este caso será más útil expresar cómo vamos a aliviar el dolor que hablar de los beneficios placenteros de tu producto.

Un ejemplo es el caso de Dominos Pizza. Ellos sabían que la verdadera causa del dolor no estaba en el hecho de que no tuvieran pizza, el verdadero dolor venía de no saber cuándo llegaría. Al centrar sus esfuerzos en hacer frente a este dolor con un sistema de pedidos en línea que te dice cuándo su pizza está en el horno y en camino, aumentaron las ventas de manera exponencial.

Apelar a su naturaleza egoísta

El cerebro reptiliano estará atento de todo lo que hable de su tema preferido: él mismo.

En cuestión de segundos, el cerebro reptil quiere saber lo que va a hacer por él. Asegúrate de hacer esto muy evidente en tu proposición o el consumidor no estará interesado.

Lo que puedes hacer es usar palabras como, "Tú" y proporcionar imágenes desde la perspectiva del consumidor.

Demostrar Importancia a través del contraste

El cerebro reptiliano entiende muy bien lo que sea fácilmente contrastable y por lo tanto, prestará más atención y acelerará el proceso de toma de decisiones.

Lo que puedes hacer es destacar el contraste mostrando el antes y el después; mostrando el dolor y el alivio del dolor. Muestra por qué eres mejor que tus competidores y por qué tu mensaje es significativo, por ejemplo usando palabras como "Somos el único" y "Somos los mejores".

Mostrar valor a través de imágenes

El nervio óptico va directamente al cerebro reptil y entiende mejor las imágenes que las palabras.

Consejo: usa frases simples y cortas, si es necesario utilizar palabras. Concéntrate en imágenes que demuestren el valor de una manera que se sienta real, concreto y /

o familiar. Ayuda al consumidor a visualizar lo que está tratando de decir y enseña una rápida demostración de tu producto o servicio. Proporciona metáforas visuales de lo que estás ofreciendo y por qué es lo mejor. Que sea lo más simple posible para que impacte directamente en la región más primitiva del cerebro.

Potencia la emocionalidad

Lo que impulsa nuestra toma de decisiones es sobre todo inconsciente ya que no involucra las partes cognitivas del cerebro inicialmente, muchas veces los consumidores no saben lo que quieren ni por qué.

Practica: Las imágenes visuales que narran una historia emocional pueden ser de gran alcance ya la historia ayuda a los consumidores a entender cómo su información se aplica a ellos. El vídeo es aún más eficaz, ya que involucra tanto la auditiva y los sentidos visuales, que mejorarán la atención y la memoria.

El neuromarketing es la aplicación de las neurociencias al marketing con el objetivo de conocer las preferencias de compra de los clientes y usuarios. De esta forma, las marcas pueden trabajar sobre esta base para ampliar sus ventas y colocarse por delante de sus competidores.

Esta parte científica de la mercadotecnia se basa en la investigación del sistema nervioso, sobre todo del cerebro, para tratar de interpretar la conducta y las decisiones de los clientes. Esto lo hacen mediante diversas técnicas (electroencefalogramas, resonancias magnéticas, magnetoencefalografías, “eye-tracking”,) que miden las respuestas psico-fisiológicas ante determinados estímulos que nos llevan a elegir un producto y no otro.

Cuanto más se comprenda el mecanismo de la toma de decisiones de los consumidores, mejores campañas publicitarias se podrán hacer y más dirigidas al sector buscado, garantizándose una alta probabilidad de éxito en la venta de los productos.

Por esta razón, el neuromarketing se ha configurado como un elemento esencial, tanto para las grandes marcas como para las pymes, para desarrollar su publicidad en todos los ámbitos, desde el diseño de los productos, los precios, el target, las ventas.

NEUROMARKETING Y MARCAS

Las marcas cada vez son más conscientes de que para llegar a sus clientes deben impactarles emocionalmente y sensorialmente pero hay una gran dificultad para saber cómo hacerlo. Las neurociencias sirven para profundizar en cómo influir en estos aspectos del comportamiento del consumidor y en la respuesta ante

determinados estímulos. Por otra parte, los avances tecnológicos están permitiendo desarrollar herramientas que midan estas repuestas.

Las empresas cada vez tienen un mayor acceso a estudios que utilizan herramientas como el electroencefalograma o la resonancia magnética y tienen acceso directo a otras herramientas más sencillas que analizan la respuesta corporal ante estímulos, como eye-tracking, facial-coding, o sensores biométricos. Todo esto puede ayudar a las marcas a diseñar sus estrategias de marketing de servicios y productos, estrategias de comunicación, de gestión del punto de venta y de marketing de eventos entre otras.

En la actualidad comienza a dibujarse un nuevo perfil profesional de expertos en neuromarketing y los pioneros en este campo tendrán mayores oportunidades frente a otros profesionales del sector del marketing. Además, en muchas empresas de marketing y comunicación, se empieza a contar con perfiles profesionales que tengan conocimientos en este ámbito. Por otra parte, las empresas de investigación de mercados también están empezando a contar con especialistas en neuromarketing.

En los últimos años hemos visto nacer un interés que ha ido creciendo por parte de los directivos especializados en marketing y publicidad, acerca de lo que pasa en las mentes de los consumidores. Efectivamente, si un producto es algo material, se elige en función de características concretas, una marca es algo intangible, es la representación de una idea que habita la mente de los consumidores. Estos se interesan por una marca u otra, guiados por lo que esta representación significa a nivel emocional, relegando a un segundo plano los atributos y características materiales del producto.

En un mercado dominado por tantas marcas, en el que la competencia es cada vez más feroz, las marcas y los publicistas que las promocionan, tienen que luchar por sobrevivir y superar a sus rivales.

En este marco, saber lo que pasa en la mente de los consumidores, por qué se decantan por una marca y no por otra, puede resultar útil a la hora de promocionarla. El mundo de los publicistas está cambiando gracias al neuromarketing

La innovación, una prioridad para los CEOs. En palabras de Mónica Deza, “el cerebro es como el disco duro más desconocido, como la caja negra de los aviones. No se conocen exactamente todas sus funcionalidades, y estamos descubriendo cosas sorprendentes, como la importancia de las emociones en los procesos de toma de decisiones, que hasta ahora no habían tenido mucha relevancia”. Esta nueva vía de investigación se inició gracias a Antonio Damasio, médico neurólogo de origen portugués, premio Príncipe de Asturias.

A pesar de la crisis económica, la innovación, el deseo de descubrir nuevos caminos, siguen siendo una prioridad para los primeros ejecutivos de las

organizaciones. María Pastor comenta que en España, aunque no tanto como en el extranjero, “ya existen laboratorios que están trabajando con el producto específico, estudiando las características de la actividad cerebral cuando una persona escoge un producto u otro”. Sin embargo, todavía queda camino por recorrer: “yo creo que más que nunca hay que intentar optimizar por todos los medios los recursos económicos y en comunicación que tienen las compañías”, añade la Vicepresidenta de Innovación de McCann World Group España.

El neuromarketing nos enseña muchas cosas sobre las actitudes y los comportamientos de los consumidores, cosas muy curiosas, de las que ni siquiera somos conscientes: “nosotros decidimos creyendo que el 90% es racional y que lo hace nuestro consiente, cuando este proceso de toma de decisiones, que dura aproximadamente un promedio de 2,5 segundos, el 80% es inconsciente, entonces esta parte inconsciente de lo que está grabado en nuestro cerebro desde luego influye poderosamente en la decisión final que tomamos”.

Las técnicas del neuromarketing están adquiriendo cada vez más protagonismo en nuestras empresas, están cambiando las formas de entender a los consumidores, y por lo tanto las formas de convencerlos de que el producto de nuestra compañía es el mejor de todos.

Las marcas, para tener éxito, necesitan ser excepcionales, necesitan ocupar una posición única en la mente de sus consumidores, y hoy la ciencia pone a disposición de los publicistas nuevas herramientas para cambiar el mundo del marketing. Gracias a ellas, tenemos las claves para conseguir posicionar un producto en la mente de su público objetivo.

NEUROMARKETING COMO DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS

Una de las compañías a nivel mundial llegó a tener el monopolio total de venta de cámaras fotográficas, ya que eran líderes en el mundo entero, el imperio Kodak era dueño absoluto de todo lo que tenía que ver con memorias fotográficas y no sólo con eso sino también con el rollo y el revelado fotográfico, de a poco iba diversificando sus productos pero sin embargo no se percataron de su principal error: no analizar las necesidades de sus consumidores.

En un momento llegaron a un debate: si debían apostarle a la era digital o a la era análoga, o debían esperar a que la era análoga se muriera para que la era digital se activara. Esta indecisión hizo que entraran sin fuerza a la era digital dos o tres años más tarde de lo que debían haberlo hecho; todo esto pasó por esa falta de sensibilidad con el consumidor, y por no saber lo que la gente estaba buscando. Ellos no tuvieron la capacidad de ver, lo que trajo como consecuencia que redujeran el porcentaje de ventas a una cifra mínima, dejándole un espacio enorme a muchas compañías que no eran tan fuertes y no estaban jugando dentro de la industria, y

que hoy en día son imperios de ventas de cámaras digitales fotográficas como: Sony, Panasonic, Samsung, etc (López, 2010).

Kodak lleva bastantes años sin generar grandes innovaciones, y sin poder invertir en campañas publicitarias. A fines de la década de 1990 y a principios de la de 2000 los anuncios de Kodak eran provocativos. Están reducidos a tratar de abrir los ojos y entender más al consumidor, logrando pequeños éxitos para rescatar pobremente su participación del mercado (López, 2010).

Así como Kodak podemos mencionar casos similares como el “Reto Pepsi”, Geico, etc.

En otras ocasiones se lanza un producto al mercado siendo conscientes de limitaciones y de que no satisface al consumidor pero “obligados” por las máquinas. Es entonces cuando nos encontramos con productos de difícil apertura pero que se promocionan como “abre fácil” (dificultades con temperatura de sellado, plastificados, envases al vacío, etc.) o letras diminutas en el etiquetado porque la etiquetadora no permite un tamaño de letra más grande pese a que las tendencias sociodemográficas y el envejecimiento de la población indican que para las personas mayores un tamaño de letra más grande sería de gran ayuda y facilitaría la compra, especialmente de nuevos productos, que es cuando más se lee el etiquetado. (Posteriormente se lee la fecha de caducidad y poco más).

Las mediciones permiten capturar una gran cantidad de información proveniente de los cinco sentidos y analizar con un gran nivel de detalle como los consumidores perciben diferentes diseños de murales (colores, umbrales de percepción, número de facings, stoppers, promociones, etc.) para poder así comprar diferentes diseños y seleccionar aquel que se ajusta más a los objetivos del proyecto. Otra información relevante que aportan estos tipos de estudios es la detección de elementos “inhibidores” de la compra, elementos que son imposibles de detectar cuando en el diseño del punto de venta se utiliza el criterio “me gusta” o “no me gusta”.

Reto Pepsi

Una prueba de neuromarketing muy documentada en Internet es llamada el reto Pepsi que consistió en dar una prueba a un grupo de personas de dos bebidas que no tenían diferencia visual. El resultado sorprendió ya que más del 50% de las personas eligieron Pepsi frente a Coca Cola, cuando Pepsi tenía aproximadamente el 25% del mercado de las colas.

La prueba se repitió en otro grupo de personas pero esta vez viendo las marcas, visualizando la actividad de sus cerebros a través de resonancias magnéticas. La zona responsable de la recompensa positiva del cerebro se activaba con ambos refrescos, sin embargo se identificó que se activaba otra zona adicional del cerebro

al conocer la marca. Esta última prueba si coincidió en su resultado al share del mercado ya que el 75% de las personas escogieron Coca Cola.

Con estos dos estudios se concluyó que la venta de Pepsi debería ser en el momento del estudio algo más del 50% del mercado, sin embargo, tanto los valores reales del mercado como la respuesta cerebral al conocer las marcas era muy superior a favor de Coca Cola comparado con Pepsi.

Sony Bravia

Se evaluaron dos anuncios de televisión de Sony Bravia con pruebas de neuromarketing y se encontró que uno de ellos generó emociones negativas en los espectadores cuando se presentó la marca, en cambio el otro tuvo un efecto emocional muy positivo. Este tipo de hallazgos difícilmente se pueden obtener con otros sistemas de investigación.

Los anuncios evaluados fueron:

El primero utiliza explosiones de color y una música muy llamativa:

El segundo utiliza más de 25.000 pelotas de colores cayendo por las calles de San Francisco con una música más suave.

El Neuromarketing permitió identificar que el primer anuncio, con sus explosiones y su música, generaba emociones negativas en los espectadores cuando se presenta el producto en el bodegón final mientras que el segundo anuncio tenía un efecto emocional muy positivo, sobre todo cuando aparece el producto.

CONCLUSIÓN

Podremos conocer comportamientos frente a impulsos del marketing que los mismos consumidores “no saben que saben” y hasta obtener conocimientos más profundos sobre lo que piensan, sienten y creen. Con esto se obtendría dobles resultados, fiabilidad a los estudios científicos y, por otro lado mejoraría la eficacia al momento de implementar campañas de marketing y publicidad.

Antes de lanzar un producto al mercado o modificar uno ya existente hay que estudiar al consumidor en profundidad y planificar estrategias a medio y largo plazo de forma coordinada al desarrollo de nuevos productos y la detección de nuevos segmentos de mercado.

La información recogida permite conocer los recorridos visuales de los sujetos y crear mapas de calor que indiquen los puntos “calientes” de la imagen, es decir, los lugares en los que la vista se detiene durante más tiempo. También nos pueden indicar las trayectorias que siguen y el orden en el que son examinados los elementos de diseño.

BIBLIOGRAFÍA

ALVAREZ, H. (2009) *Diseño de productos emocionales - Ingeniería Kansei*, Advanced Productive Solutions, Barcelona – España

BRAIDOT, N. (2011) *Neuromarketing*, Ediciones Gestión 2000, Barcelona – España.

BRAIDOT, N. (2011) *Neuromarketing, Neuroeconomía y Negocios*, Editorial Puerto Norte, Madrid – España.

LÓPEZ, B. (2010) *Publicidad Emocional. Estrategias Creativas*, Ed.: ESIC.

005. ANÁLISIS DE LA MARCA PAÍS “ECUADOR AMA LA VIDA” Y SUS COMPONENTES PUBLICITARIOS DE POSICIONAMIENTO, COMO SENTIDO DE PERTENENCIA NACIONAL.

Autores:

Lic. Raúl Andrés Arellano Reascos

Licenciado en Comunicación con Énfasis en Publicidad Universidad Tecnológica ECOTEC, Samborondón. Tecnólogo en Comunicación para Televisión mención Información y Noticias ITV

raul-ar_16@hotmail.com

MSc. José Omar Villavicencio Santillán

Licenciado en Comunicación Social, Magister en Diseño Curricular por competencias (Ecuador). Profesor de la Facultad de Marketing y Comunicación en la Universidad Tecnológica ECOTEC, Samborondón.

jvillavicencio@ecotec.edu.ec

RESUMEN

El presente artículo se refiere al análisis de la Marca País (MP) y sus componentes publicitarios de posicionamiento, como sentido de pertenencia nacional, definiéndolo como una estrategia de marketing, que ha sido adoptada por gobiernos de diferentes países, para generar trascendencia y dar valor agregado al escuchar el nombre de un país. En la actualidad la MP “Ecuador ama la vida” es la imagen representativa del turismo, economía y política en el actual contexto ecuatoriano, sin dejar atrás los lineamientos creativos, que permitieron tener un mayor alcance de la misma, es decir que el target estuvo enfocado en varios ámbitos socio-culturales. En el ámbito publicitario la MP se encargó de potenciar las virtudes y transformar las falencias de un país, generando impacto en las agencias publicitarias locales, especialmente en sus directores, elevando la vara de cómo hacer publicidad competitiva. La presente investigación tiene como objetivo analizar la marca país “Ecuador ama la vida”; sus componentes y características publicitarias que se emplearon para posicionarla como sentido de pertenencia nacional.

Palabras Claves: Marca país, Componentes publicitarios, Posicionamiento, Pertenencia.

SUMMARY

The present article refers to the analysis of the Country Brand (MP) and advertising Components, as national ownership, defining it as a marketing strategy, which has been adopted by or Governors of Different Countries, para Generate importance and give Added value to hear the number of United Nations country. At present, the MP "Ecuador loves life" is the representative image of tourism, economy and politics in

the Ecuadorian real context, sin ago Leave creative guidelines, which allowed for a mayor scope thereof, it is feasible that the It was goal Focused on Various socio-cultural fields. In advertising The MP was responsible for enhancing the strengths and weaknesses of Country Transform UN Generating Impact on Local Advertising Agencies, especially in its Directors, raising the rod How to make competitive advertising. This research aims to analyze v Mark Country "Ecuador loves life"; Advertising components and features that are used to position as national ownership. **Keywords:** Country Brand, advertising components, Positioning, belonging.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo analizar la marca país “Ecuador ama la vida”; sus componentes y características publicitarias que se emplearon para posicionarla como sentido de pertenencia nacional. El enfoque del presente ensayo es cualitativo, porque tiene como objetivo describir los aspectos utilizados de la MP con relación a la publicidad. No se busca medir o probar una teoría, sino descubrir las cualidades de la MP “Ecuador Ama la Vida”.

Esta investigación es inductiva, por lo que se elaborará conclusiones a partir de observaciones generales y particulares recolectadas dentro de la investigación. La herramienta de recolección utilizada es la entrevista, planteada a directivos creativos y dueños de agencias publicitarias nacionales, los mismo que aportaron su punto de vista ante los recursos y características publicitarias que se condensan y establecen dentro del desarrollo de la MP, y su percepción en su área de experticia por su posicionamiento interno y externo.

1. Antecedentes históricos de la Marca país o Country brand

La Marca País se define como una estrategia de marketing que ha sido adoptada por gobiernos de diferentes países, para generar trascendencia y dar valor agregado al escuchar el nombre de un país. Esta herramienta es relativamente nueva, como tal se escuchó desde el año 1992 en España, cuando el enfoque de percepción de los países era netamente enmarcado en sus diversas ciudades para captar el turismo y crecimiento económico de los extranjeros, era la imagen que tenían los consumidores directos, e indirectos, reales y potenciales de los países, de esta forma el público se personalizaba o identificaba con los servicios, productos, áreas, atractivos turísticos, calidad de vida, economía, entre otros puntos que son importantes para las personas que ven desde afuera un país.

Desde entonces se la utiliza como una herramienta de comunicación, para resaltar las fortalezas y oportunidades, mediante imágenes, videos, logos y slogan que ofrecen los diferentes países que utilizan esta estrategia. Es decir que la MP simboliza la representación de ideología, identidad y esencia, cuya finalidad es darse a conocer al mundo.

La MP es el valor que aporta una nación, mediante la integración de elementos característicos del país, para crear una identidad propia en sus ciudadanos y proyectarse al exterior de manera positiva. Ganando así buena reputación, lo que generará réditos económicos y prestigio.

2. La Marca País en Latinoamérica

En la actualidad países de Latinoamérica, han tomado la iniciativa de internacionalizarse a través de la creación de una MP, esto se traduce en generar turismo, inversión extranjera y encontrar mercados para futuras exportaciones. La competencia entre países en este mundo globalizado ha requerido la creación de esta estrategia publicitaria, con el fin de mejorar en el mercado mundial y el mercado local, es por esto que la MP se ha convertido en una fuente importante de información e identidad, la misma que actúa de soporte para las diferentes áreas que tiene un país, es decir realza los beneficios que brinda el mismo, los expone al mundo para ser comparados y juzgados.

La estructura visual de la MP enfoca lineamientos de identidad, que deben ser gestionados a través de una estrategia publicitaria, que permita tener una respuesta positiva de manera interna y externa ante la perspectiva y realidad nacional que se trata de fomentar. Esto se puede lograr teniendo en cuenta los tres aspectos fundamentales de la estrategia publicitaria como son: objetivo de la campaña, estrategia creativa y estrategia de medios.

En el año 2013 se realizó el último ranking de marca país en Latinoamérica por la empresa Country Brand Index, donde analizan las fortalezas de las marcas país por región, cuyo estudio se basa en entrevistas y en un estudio cuantitativo de las diferentes aristas que envuelven a un país, como: turismo, calidad de vida, transporte, alimentación, etc. Este ranking ubica al Ecuador en el puesto 14 de 21 países de la región, por debajo de países como Brasil (1), Argentina (2), Perú (5), Colombia (9) y Venezuela (13). Sin embargo, desde el 2014, Ecuador tuvo el mayor alcance de su marca país a nivel internacional, creando en los turistas un impacto visual identifica torio al ver el logotipo y slogan de la marca país "Ecuador ama la vida". El interés por la creación de una MP es relativamente reciente, esto explica Chaves (2009) al indicar que:

Con el marketing se generó una situación de competencia internacional muy acentuada. Ya no compiten las empresas que exportan, sino que compiten los países por captación de capitales, de ingreso de turistas, etc. Se busca acentuar esa penetración haciendo sinergia con toda la oferta. En ese sentido, la marca país oficia como una marca paraguas. Como un grupo que promueve todas sus actividades y ese paquete hace valorable a un país. (p. 1-2)

En América Latina algunas marcas país se caracterizan por su enfoque turístico, como Costa Rica y Perú, otros se basan en su poderío industrial y textil como Brasil y Argentina.

Según Akotia (2011):

Considerar que un país o una región constituyen una marca, se ha convertido en uno de los objetivos estratégicos en términos de competitividad para algunos países. Esto motiva a los gobiernos y empresarios a formular estrategias que ayuden a mejorar su imagen en el mundo. (p. 18)

La MP es vital para países Latinoamericanos por la competencia que tienen por ganar adeptos para la inversión. Sin embargo, para países llamados “grandes” su marca es tan poderosa que no hace falta desarrollar un plan, esto explica Chaves (2009) al indicar que “Hay países cuyo perfil altísimo es tal, que no necesitan una marca país. Con solo decir que aquel profesional, que aquel producto, que aquella película proviene de ese país, ya está respaldado” (p. 2).

Para la empresa Futurebrand (2012) encargada de analizar los índices de la marca país del mundo: “América Latina ha desarrollado un creciente sentido de identidad durante la última década, lo que favoreció su consolidación en una época en la cual entidades regionales más establecidas, como la Unión Europea, comienzan a cuestionar su valor.” (p. 46)

Países como México, Chile, Argentina, Costa Rica, Brasil y Perú han transformado la manera de ver a una MP en América Latina y es que se han fortalecido en el campo de inversión y no depende del gobierno de turno, sino que es autónomo gracias a su proceso planeado y sistematizado que ha tenido durante años.

Así como están estos casos, también están los otros países entre los que se encuentra Ecuador, que dependen de los gobiernos de turno y se reinventan sus procesos cada cambio de mandante, lo que hace que la propuesta cambie.

Esto plantea que la MP puede ser susceptible a los cambios o manifestaciones que experimentan los diferentes países; es decir, una imagen de un país que evoluciona, puede ser controlada o no por el gobierno de turno, sin embargo, estos cambios deben depender de la situación social y no política, puesto que si es así la MP perderá poder y credibilidad al sujetarse a cambios ideológicos (Wang, 2012, p.15).

La situación política y socioeconómica no ha favorecido la imagen en algunos países, como es el caso de Colombia, Venezuela, Ecuador y Nicaragua (Futurebrand, 2012, p.23).

Para Chaves (2009):

Teóricamente la Marca País le pertenece, al Estado, a la nación, no al gobierno. Algo que los nacionales deben asumir como una prenda propia y proyectarla al extranjero. Los individuos, las empresas, las comunidades, deben sentirse orgullosos de esa marca. Si esa marca no se arraiga internamente como patrimonio

propio de la nación, no es una marca país, es un logotipo de promoción efímero (p. 2).

Otro de los puntos influyentes es la falta de seguridad y corrupción, lo que permite que la marca no se realce, puesto que a nivel financiero existen prioridades como las antes mencionadas, es por esto que es necesaria la ayuda extranjera, a nivel económico, es decir estos países dependen del capital extranjero, dado por el aumento en las exportaciones e inversiones en el campo de la agricultura, la minería y el petróleo. Tres renglones productivos que se han convertido en fuentes de resistencia de gobiernos de turno (Grier, 2013, p. 68-69).

La premisa principal de los gobiernos latinoamericanos es mejorar y consolidar su MP, partiendo de una figura independiente, es decir que no tenga que ver quien sea el presidente, pero si con alto valor para la comunidad.

La imagen que se tiene de un país es de vital importancia al igual que un producto, puesto que el concepto creará respuestas favorables o negativas hacia un país.

“La marca y la imagen de un país son componentes esenciales de su ventaja competitiva en los mercados internacionales” (Llorente, 2013, p.7), cambiar o mejorar la imagen que se tiene de un país ayudará a despertar el interés en sus productos, atractivos turísticos, gastronomía y sobre todo atraerá la inversión extranjera, no solo favoreciendo las exportaciones, sino afianzando convenios obtenidos con las multinacionales, lo que producirá mayor empleo y por ende menos ciudadanos emigrarán.

Para Otero (2013) “La imagen internacional de un país es un factor de competitividad de primer orden, donde influyen instituciones y administraciones públicas, empresas y marcas líderes y sociedad civil” (p 18). La imagen negativa o positiva que tienen de un país, puede influir en la evaluación de sus productos y de sus habitantes. Por esto para una efectiva campaña de imagen de un país debe ser creíble, simple y sobre todo de identificación. No ofrecer lo que no tienen y resaltar puntos de valoración elevados como: calidad de vida, salud, educación, servicio, etc.

El objetivo principal de la marca país es potenciar una imagen ya creada y transmitir características principales de la nación, mediante esta implementación adoptarán una ideología en el ámbito local. Sin embargo, no todo debe quedar ahí, sino que con la ayuda de los medios de dominio público influir en la percepción del mercado mundial y las personas que lo conforman.

Esto permitirá que las plazas de empleo sean mayores, por ende, existan beneficiarios directos e indirectos de una MP, debido a que todos los aspectos que envuelven la imagen del país serán reestructurados, para que tengan una mejor calidad de servicio a nivel profesional y actitudinal, lo que permitirá tener mejores oportunidades.

Ochipinti (2003) define el objetivo de la marca país como “Un plan interdisciplinario por el cual se logra aumentar las exportaciones (en cantidad y precios), turismo e inversiones” (p. 35).

Esto brinda un efecto positivo, debido a que, a mayores plazas de trabajo, menos personas emigran en busca de nuevas oportunidades y trabajarán en pro del país.

Es importante que en la idea inicial no solo se tome en cuenta a los gobiernos autónomos, descentralizados y la sociedad, sino también a las empresas públicas y privadas, quienes forman parte importante de la estrategia, puesto que esto garantizará el compromiso y trabajo mancomunado de todos los sectores para realizar una campaña que se compone de varios factores en corto, mediano y largo plazo. Esto hace diferente a una marca país de un producto, puesto que los consumidores del mensaje, no se identifican rápidamente. Cabe recalcar que la manera más efectiva para que se posicione la marca país en el mundo es por las experiencias vividas por los turistas o inversionistas, estas experiencias se cuentan y atraen a las personas a querer saber más del país.

La estrategia de comunicación de una marca país es igual o más importante que en las instituciones comerciales. El canal, no se debe enfocar en que medios utilizar para que llegue el mensaje, sino; que mensaje va a percibir el receptor. Cabe recordar que es importante que un país difunda al mundo el contenido y sus políticas internas, para que así sea más atrayente y persuasiva ante los ojos del consumidor del mensaje. Así mismo el manejo de las ciudades que la conforman y el comportamiento de sus ciudadanos.

En este ámbito se necesita crear una marca fuerte, sólida y coherente a la realidad que vive el país, para lograr posicionarse en el extranjero. La manera más rápida de lograr esto es iniciar la estrategia por el turismo, para posteriormente persuadir a las personas con otros atractivos.

3. La Marca País en el contexto nacional

Ecuador, como otros países de Latinoamérica puso en ejecución la aplicación de esta estrategia de marketing, para la fomentación de su imagen nacional y atractivo turístico, tres fueron las propuestas de MP en la historia del acontecer nacional, para la proyección como potencia turística y comercial, las mismas que en una línea de tiempo descriptiva son detalladas a continuación, para una mejor interpretación, descripción de la evolución gráfica y publicista de su MP.

Las marcas país han sido fundamentales dentro del proceso de mejoramiento de la ideología de los ciudadanos, por eso es importante definir las principales que fueron presentadas en el transcurso de la historia nacional a través de esta reseña.

La primera marca país de Ecuador fue en el año 2001, iniciativa propuesta por la ex Ministra de turismo, Rocío Vásquez, cuya finalidad era crear un símbolo visual que identifique a las 4 regiones del país, para promocionar los productos exportables y atraer turismo del mercado mundial. El diseñador de esta marca fue Max Benavides, quien sintetizó a través de una imagen compuesta por un logotipo y un isotipo lo que significa Ecuador, el logo llevaba la palabra "Ecuador" y el isotipo era un diseño de colores amarillo, azul, rojo y verde en forma de un sol, que representaban las 4 regiones del país, además tenían líneas que representaban los puntos cardinales y en el centro una E en un fondo negro, que es la inicial del país. En conjunto el concepto comunicacional, era reflejar las riquezas naturales de sus regiones y lo que se produce en Ecuador.

Esta MP sirvió como un experimento que no tuvo buenos resultados, puesto que la comunicación no se diseñó correctamente y en el cambio de mando presidencial se eliminó este distintivo del país.

Ecuador entendía la importancia de las marcas para posicionarse en el contexto global en pos de ser visto como un país que ofrece calidad. Por esto en el año 2004 Richard Moss, ex ministro de comercio de Ecuador, y Ricardo Estrada, director ejecutivo de CORPEI, afirmaron que Ecuador necesitaba la creación de una marca país. En ese año el objetivo era aumentar los ingresos de exportaciones y turismo, para integrarse a mercados internacionales. La idea era utilizar dos marcas ante los ojos del mundo inversor.

Planteando la segunda propuesta de MP que fue en el 2004 y se denominó “La vida en estado puro” esta marca al igual que la del 2001, está compuesta por una frase y un logo, esta ilustración la realizó el artista Juan Lorenzo Barragán, esta marca contaba con una tira ondulada de fondo azul que en su interior llevaba figuras con trazos infantiles, que representaban a las riquezas que tiene Ecuador, dentro de los componentes más representativos están las flores, un pez, un nevado y plantas en general. El concepto comunicacional de esta marca era recabar todas las características del país, es decir un resumen cuyo mensaje era dejar ver al mundo el país biodiverso que es Ecuador, que cuentan con playas, con selva, montañas, volcanes, así mismo los climas variados.

Después de estas marcas País, Ecuador no tuvo hasta el 2010 que es la actual “Ecuador ama la vida”. Sin embargo, durante el 2009 se creó una marca y campaña interna para realzar el orgullo de los ecuatorianos. Estas marcas se llamaron: Ecuador primero y Calidad de origen.

Con el pasar de los años Ecuador perdió terreno a nivel turístico, al no estar posicionado en la mente de los turistas, esto hacía que menos personas visiten Ecuador, por ese motivo en el 2009 se lanzó una licitación para que empresas de publicidad e imagen, desarrollen una propuesta que identifique el país, esta fue adjudicada para el Grupo “UMA”, que en el 2010 estructuró una estrategia comunicacional para convertir al Ecuador en Potencia Turística, basado en elementos nuevos tomados de la realidad como el “Sumak Kawsay”, el lema anterior se modifica y nace “Ecuador ama la vida”.

El sábado 16 de octubre del 2010 en cadena Nacional, fue presentada la marca país “Ecuador ama la vida”, dirigida por el ex ministro de turismo Freddy Ehlers, quien explicó que inicialmente el logotipo fue creado para el ministerio de turismo, con el objetivo de crear una identidad en los extranjeros y en los ecuatorianos. Sin embargo, se estableció como marca propia del país. Esta propuesta fue desarrollada por el grupo “Uma”.

4. La publicidad como canal de percepción y empoderamiento de la Marca País

La imagen de un país es determinante a la hora de construir una marca. Es importante aclarar que cada país es único y siempre existirán elementos

diferenciales entre países, aunque algunas características sean similares respecto a aspectos culturales, regionales y de producción.

Desde la perspectiva publicitaria la descripción que se utiliza para explicar cada uno de los elementos que componen la estrategia creativa de la MP, se realiza a través de un branding.

Para Neumeyer (2006) el branding es “Una actividad que crea valor de marca, de incluir una estrategia de negocio, desarrollo de productos, comunicaciones, servicio al cliente, arquitectura, diseño de identidad, etc.” (p.104).

El branding influye de manera directa e indirecta en el valor de la marca, ya que también se encarga del comportamiento del consumidor, posicionando y creando identidad, lo que permitirá mantenerse en la palestra y por ende tener beneficios económicos a mediano y largo plazo.

Esta herramienta busca resaltar los valores intangibles de una marca, es decir, hacen ver al cliente como si el producto es único, singular y sobre todo genera credibilidad, lealtad a la marca, por lo que se diferencia de las demás.

El branding trata de resaltar estas cualidades que la marca transmite al cliente y que constituyen su fortaleza. Por lo tanto, es posible que el consumidor asocie en su mente una marca con un valor; éste puede ser, por ejemplo, la innovación. En este caso, los publicistas buscarían que el consumidor piense en la marca a la hora de buscar productos innovadores.

El branding en una MP se ve en la creación de un logo, slogan, Brand Awareness, Brand Equity (valor que adquiere la marca a lo largo de su vida), colores, diseños, etc. Lo que permiten enviar un mensaje directo y concreto al público al que va dirigido. La MP utiliza las riquezas del mismo, para promocionar valores intangibles como: cultura, tradiciones, identidad, orgullo y sentido de pertenencia de los ciudadanos.

Para producir un impacto en la mente del consumidor, es necesario aplicar diferentes herramientas de persuasión como:

- 1.- Slogan pegadizo.
- 2.- Utilización de imágenes representativas del país.
- 3.- Festividades representativas.

Para generar impacto en la marca país, según Ochipinti (2003) “Existen once etapas de creación que se debe tomar en cuenta: objetivo, situación, trabajo de campo, análisis de la propuesta, trabajo de campo de las propuestas, diseño de estrategia, capacitación, implementación, ajustes, mantenimiento, rediseño y análisis de los resultados” (p.67).

Primero hay que tener claro cuál es el objetivo que se va a fijar, después hay que hacer un estudio para saber la realidad que vive el país, sus características y entorno, para esto es importante que se realice un FODA, que al igual que en las empresas dará a conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del mismo. Aquí se establecerá las diferencias con otros países. Sin embargo, no es menos importante la capacitación de los ciudadanos, que son importantes para lograr buenos resultados en la estrategia de marca país. “Si por problemas

originados de la no capacitación, se pierde credibilidad por no cumplir con lo que promueve en la EMP (Estrategia Marca País), esto es peor que no haber realizado una EMP” (Ochipinti, 2003, p. 35).

Ya definidos estos puntos, deben proceder a la implementación de la estrategia, para esto es importante que se siga un cronograma, que no altere ningún plan antes establecido.

Una vez concluido el proceso, se debe realizar un análisis de los resultados obtenidos, para saber en que no se actuó bien y ¿qué plan dio buenos resultados?

5. Las estrategias de la MP “Ecuador Ama la Vida” como sentido de pertenencia

Las diferentes características de la marca país “Ecuador Ama la Vida” la hacen diferente a sus predecesoras. Además de ser utilizado como aspecto publicitario en distintas aristas como: sus colores, la semiología del concepto, distintivos, logotipo, imagen, slogan, etc. Esta conexión que existe entre la marca país y publicidad, las analizaremos a continuación.

Características principales que empleo la MP con relación a la publicidad:

- La Semiótica en la Publicidad
- El color
- Figuras geométricas
- Slogan

Para Santangelo (2012) la publicidad es:

Una técnica de comunicación masiva que busca comunicar los atributos, características y cualidades de un producto o servicio, enviando mensajes a través de diferentes medios de comunicación para lograr el objetivo comercial o publicitario que persiga, y persuadir, convencer y/o manipular para construir preferencia de marca (p.93).

Desde esta perspectiva la publicidad es un campo importante dentro de la marca, puesto que, al comunicar los atributos y características de un producto, en este caso de la marca país “Ecuador ama la vida”, creará mayor impacto en las personas que visualicen o escuchen un spot audiovisual.

Por otro lado, la percepción semiótica publicitaria que evoca la marca país, es un referente de análisis ante sus elementos de composición y percepción como signo visual de identidad y de mercadeo.

El enfoque de la semiótica y la publicidad es amplio y se complementa a través de sus componentes de codificación y diseño de interpretación para los perceptores visuales. Este fue el caso de la marca país “Ecuador ama la vida”, puesto que los creativos se enfocaron en una imagen basada por símbolos y de fácil recordación. Lo primero que hacemos cuando somos niños y tomamos un lápiz es hacer círculos y líneas rectas, en esto se basó el grupo “UMA” para crear este distintivo de fácil recordación, debido a que la gráfica final es un círculo que se convierte en espiral.

Morris (1963 - 2013) plantea que “Un signo sirve para representar o sustituir algo que no está presente para algún sistema que sea capaz de interpretar tal situación”

(p. 78). Desde esa perspectiva la semiótica muy aparte de estudiar los signos y símbolos, también se basa en la estructura del: significado y significante. El significante es la representación como imagen que se le da a un signo o símbolo. Y el significado, no es otra cosa que el concepto, es decir lo que significa esa imagen.

En el caso de la MP nacional, el significante es la figura o imagen que se muestra en forma de círculo de diversos colores y el significado es el concepto que se le da al verlo, la recordación que cause, que es: "Ecuador ama la vida".

Otro componente fundamental dentro de la estructura visual publicitaria es el color, el mismo que provoca una experiencia sensorial que recepta el ser humano y que se expone a la misma. Denominamos color a rayos luminosos que son visualizados y procesados por el cerebro.

El color para la publicidad es de vital importancia, puesto que es lo primero que el cerebro recepta, causando una sensación de identificación con una marca a partir de los colores, es decir que los colores tienen una gran capacidad de comunicación.

En la psicología del color según Héller (2004) "Se demuestra que la relación de los colores con el estado de ánimo, no es casual, todo tiene un porqué y su origen" (p. 162). Los colores no solo producen luz dentro del cerebro, sino pueden ser también altos en generar, sensaciones, recuerdos y sentimientos.

La memoria del ser humano es de largo y corto plazo; por ejemplo, si de pequeños el cerebro relacionó algún evento trascendental con algún color, al volver a ver el color, el cerebro volará al pasado y se situará en esa circunstancia, sin que se tenga la percepción total de lo que sucedió. En la marca país nacional fue lo que se planteó, se le dio un concepto al color que contenga sinergia con el logotipo o distintivo. El principal objetivo fue destacar los colores que representen a Ecuador, a todas las provincias, gastronomía, paisajes, etc. Y no solo basarse en el amarillo azul y rojo, que son colores que se los adjudican al patriotismo, por ser los colores de nuestra bandera. Esto provoca que el receptor de la marca este pendiente y despierte su interés, ya que evoca recuerdos de lo antes mencionado.

En las marcas tradicionales es normal que se las relacionen con un color específico, en la marca país "Ecuador ama la vida" al utilizar varios colores no se lo encasilla con uno solo, sino con una paleta amplia que en el concepto de comunicación dice lo colorida que es la vida en Ecuador, como es su gente y todo lo que se puede ver.

En la publicidad los colores tienen una simbología que es importante saber que representan, debido a que ayudará a ver las opciones que tienen para representar una marca publicitaria. A continuación, se detallan en qué momento se utilizan los colores cálidos, fríos y su clasificación.

Los colores cálidos representan alegría, felicidad, dinamismo, confianza, amistad y te invitan a crear intimidad. Entre los colores que más resaltan están el amarillo, rojo, anaranjado y morado.

Los colores fríos representan una sensación de seriedad, tranquilidad, rectitud, y veracidad. Dentro de este tipo de colores resaltan el azul, verde, violeta y cian.

La marca país combinó los colores cálidos y fríos, representando la alegría, amistad y colorido del pueblo ecuatoriano, sin dejar atrás la seriedad, rectitud y

calidad humana de los habitantes. Sin duda, los colores para la campaña ayudaron a realzar el concepto comunicacional de la marca.

A pesar de vivir en un mudo holográfico, que solo se ven imágenes trabajadas a partir de la fotografía, las figuras geométricas dentro de la publicidad no han perdido espacio frente a este fenómeno, puesto que lo que provoca, toca varios campos a nivel publicitario y de la psicología del consumidor.

La geometría en la publicidad es silenciosa y sutil, muchas veces más llega al receptor un logotipo simétrico y sencillo, que una imagen exagerada y futurista. La marca país “Ecuador ama la vida”, es un claro ejemplo de esto, debido a que su imagen se basa en pequeños cuadros de diferentes colores, que al juntarse hacen 7 círculos ubicados de tal manera que se visualiza una espiral. En este logotipo se visualizan muchas figuras geométricas, que son agradables al ojo humano, lo que permite que el conjunto cree una identidad al ser transmitidas.

“El logotipo de una empresa es su taquigrafía, una señal visual que cuenta la historia de la cultura de la marca, comportamiento y valores” (Hale, 2015, p. 34).

Lo antes enunciado por Hale es un concepto que acoge muy bien en la marca país, puesto que en un gráfico se cuenta la historia y el comportamiento de un país, son formas que pueden proyectar de manera correcta un mensaje.

La correcta asociación entre figuras geométricas también dependerá que el mensaje no llegue desvirtuado y que se conecte con el receptor rápidamente, debido a que mediante ese logo se cuenta lo que se quiere decir, en otras palabras, de eso depende la comunicación del mensaje. En 2 o 3 segundos el receptor debe quedar enganchado con el concepto de lo que significa el conjunto de figuras geométricas.

Volviendo al caso de la marca país Ecuador, el conjunto de cuadros que forman varios círculos en poco tiempo deben generar empatía y transmitir la alegría, amistad y todas las cualidades que se tiene, a través de ese logotipo, lo que se dice después será solo para aterrizar las ideas del receptor y generar deseo.

Los círculos en la publicidad, representan unión, un vínculo que se genera entre las personas.

Los cuadros en la publicidad, representan equilibrio, seguridad, comodidad y eficacia.

Estos aspectos por la marca país nacional, deben mantener una comunión y apegarse al concepto de comunicación, para que cause una invitación a conocer más del país, es decir ser irresistible ante los ojos del mundo. Sembrar una duda en los que ven el mensaje, para que se pregunten ¿qué es Ecuador?, ¿qué hay en Ecuador?, ¿por qué debo conocer Ecuador?

Y como último elemento la implementación del slogan publicitario que es una frase comercial con la que se identifica la marca, esta será de suprema importancia para la campaña, puesto que será lo que recuerden los receptores del mensaje. Así como la asociación del logotipo con la frase de alto impacto.

El slogan es una herramienta que su utilización debe ser sencilla, que sirva para realzar la marca y debe ser concisa y precisa, es decir, debe englobar todo lo que se quiere decir en una frase de máximo 4 palabras, recalcando los beneficios y características particulares de la misma; en otras palabras, debe llevar al receptor a

crear intimidad con la marca y hacerlos creer que no hay otra igual, que deben elegir dicha marca porque es única.

Dentro de la marca país el slogan toma un papel importante, debido a que este será el que muestre al mundo de lo que se va a hablar, o lo que se va a vender. En el caso de la marca país nacional es: "Ecuador ama la vida", donde denota un acercamiento a la naturaleza y al respeto por la vida natural y animal.

Para el grupo UMA la descripción y componentes de la MP "Ecuador ama la vida" se estructura a partir de los siguientes elementos:

- Ecuador, el centro del mundo y origen de la vida, se parte desde el concepto de Ecuador como país equinoccial, ubicado en el centro del mundo desde donde todo irradia hacia el infinito.
El equinoccio es el eje base, que gira a 6 grados.
- El logotipo, basado en la construcción de micro rectas, genera movimiento, dinamismo, y curvas sinuosas utilizando el criterio radial heredado por nuestros antepasados.
- Cromática, veinte son los tonos de nuestra paleta cromática, representando a todo el colorido existente en todas las regiones del país; su gente, paisajes, etnias, artesanías, gastronomía y expresiones culturales de todo tipo. Las gamas de amarillos, rojos, lilas, azules y verdes, se suceden una detrás de otra, con colores de transición entre cada gama, y se disponen dentro de los siete círculos según el patrón justificado.

Estos tres elementos son básicamente la estructura creativa que compone su marca, destacando la diversidad de componentes y su correlación con la concepción cultural y étnica que describe al país.

6. Postura de las agencias nacionales ante la Marca País "Ecuador ama la vida"

La perspectiva por parte de las agencias publicitarias nacionales es muy amplia ante el manejo y concepción de la MP como componente publicitario, las entrevistas a los especialistas en el área creativa de las agencias nacionales Medaglia y 360 BTL, que a lo largo de su trayectoria se han sabido ganar un espacio en el ámbito publicitario y creativo dentro del país brindan sus posturas acerca de la concepción de la marca como componente publicitario.

Para José Antonio Guzmán, director de cuentas de la agencia 360 BTL, la importancia de una marca siempre será resaltar los beneficios que ofrece la misma y esto no se vuelve ajeno al concepto de marca país, mostrando al mundo lo hermoso de nuestra tierra en un idioma y tono universal

Raúl Ermst gerente general de la agencia Medaglia destaca que el tiempo ha hecho que la marca cambie su perspectiva nacional y global, Ernst (2016) destaca que:

Todo cambio tecnológico trajo un cambio de oportunidad en el desarrollo de piezas publicitarias, destacándose una enorme fragmentación de medios, de audiencias, de tecnologías, donde internet cambio todos los modelos de pensamiento con respecto a la

comunicación publicitarios y la ejecución de piezas publicitarias nuevas. Nacieron nuevos códigos de consumo y de comportamiento frente a los medios, cambiando radicalmente la actitud de los consumidores frente a las marcas, la globalidad y la trascendencia de la comunicación publicitaria (p. 1).

Además, el transcurso del tiempo ha hecho que el internet y las redes sociales tomen el protagonismo a la hora de desarrollar una estrategia de posicionamiento de marca, debido a sus bajos costos y su impacto directo. Sin embargo, hablar de MP no solo es hablar de tecnología, sino que en esta conversación se une el aspecto político, debido que la MP es adoptada por gobiernos para realzar los beneficios de un país y así poder atraer la atención del mundo. La marca país es muy frágil a su acontecer y circunstancia, los elementos publicitarios han sido muy politizados y reconocen más la gestión de un gobierno y no una marca que trasciende como MP.

Sin duda alguna dentro de algunas naciones se ha tornado más un aspecto político, en el que se quiere idealizar o posicionar una ideología acerca de cómo se maneja el país en todo ámbito, ¿pero que se gana con hacer una marca país?

Para Ermst la marca país permite atraer inversiones, turismo, conocimiento, por lo tanto, la utilización de marca país como estrategia es consolidar estos tres elementos, pero sin lugar a dudas hay otros elementos que hacen mucho por generar una promoción de marca país más sólido destacando:

- La estabilidad jurídica para las inversiones
- La transparencia
- El acceso tecnológico
- La estabilidad económica y la amplitud de oportunidades de inversión
- La no corrupción
- Leyes de incentivos fiscales y económicos con sencillez de papeleo
- Tratados de integración económica.

Al momento de cumplir con estos aspectos se verá un país más compacto, solvente y sobre todo ahí se notará que Ecuador “tiene de todo”, donde no solo se basa en un aspecto turístico, sino también en el de su gente y las facilidades que demuestren para los extranjeros. Solo los años dirán que deparará de la MP “Ecuador ama la vida”, en la actualidad se vive un proceso transformacional que ha venido con fuerza, debido al terremoto. Sin embargo, la unidad y el compromiso darán un distintivo ante los ojos del mundo de la MP y de Ecuador en general.

Estas concepciones brindadas por agentes publicitarios nacionales de gran trayectoria en el ámbito creativo, permiten definir características tangibles de la MP, así como concepciones preestablecidas, del aporte que brinda a los pilares del turismo y marketing de Ecuador.

Se define que en la actualidad la MP “Ecuador ama la vida” es un componente político gubernamental del actual gobierno de turno, con el cual se han identificado la mayoría de seguidores afines de la ideología política actual, teniendo presente que el objetivo primordial de una marca país, es crear unidad nacional y cultural para atraer inversión de otros países y no como una imagen disoluble al culminar un mandato o una era política en una determinada sociedad.

Países como España, Perú y Costa Rica han mantenido una MP país sin importar los cambios de gobiernos, solo trastocando estrategias o aspectos creativos en aras del beneficio de la nación

Los componentes publicitarios definidos a través de esta investigación que predominan en la marca país “Ecuador ama la vida” son el Branding como eje central de la estructura creativa de posicionamiento comunicacional de manera local y global, de los cuales se derivan en, semiótica de la publicidad, figuras geométricas ancestrales del contexto nacional, color, logotipo y eslogan. Estos componentes definen que la percepción creativa con la que se diseñó la MP, planteado por el grupo UMA no fue crear identidad, sino perpetuar la marca como icono referente de lo que es ser ecuatoriano y que los hace diferente a los demás.

CONCLUSIONES

- La imagen de la MP “Ecuador Ama La Vida” está muy relacionada con los cambios que acontecen en Latinoamérica, lo que representa una continua confrontación política que tiene la marca en un congelador.
- Hasta el momento la identidad y orgullo nacional solo se la visualiza en los empleados públicos, ya que el portaestandarte de los servidores es la MP, esto ha causado resistencia en la sociedad que no se identifica con el gobierno de turno, siendo el factor tiempo el único que demostrará si los cambios representarán la idea del pueblo en general y pase a la historia.
- El objetivo general, planteado por el grupo UMA no fue crear identidad, sino perpetuar la marca como icono referente de lo que es ser ecuatoriano y que nos hacen diferentes en cultura, gastronomía y turismo.

Bibliografía

- Akotia, M. E. (2011). Country branding: A Developing Economy Perspective. USA. p. 29.
- Chaves, N. (1 de Septiembre de 2009). Una Marca País es como la Bandera Nacional. p.1-2. (D. e. Universo, Entrevistador)
- Devesa, C. L. (2014). La publicidad comparativa en la Unión Europea. p.23.
- Ernst, R. (20 de abril de 2016). Marca País y sus componentes publicitarios. p.1-3. (R. Arellano, Entrevistador)
- Futurebrand. (15 de junio de 2012). Futurebrand. Madrid. Obtenido de <http://www.futurebrand.com>
- Grier, B. &. (2013). Explaining the rise of the left in Latin America. . Latin American Research Review, p.68-69.
- Guzman, J. A. (21 de abril de 2016). Marca País y sus componentes publicitarios. p.1. (R. Arellano, Entrevistador)
- Hale, S. M. (5 de octubre de 2015). soyentrepeneur.com. Obtenido de <http://www.soyentrepeneur.com/26970-por-que-algunos-logos-son-inolvidables.html>
- Heller, E. (2004). Psicología del Color. Mexico: Gustavo Gili. p.162.
- Llorente, J. A. (2013). Revista UNO, p.7.
- Morris, C. (1963- 2013). Lenguaje y comportamiento (78 ed.). Milan: Longanesi. p.78.
- Neumeyer, M. (2006). The Brand Gap, 104.
- Ochipinti, R. (2003). Marca País. Buenos Aires. p.35.
- Ochipinti, R. (2003). Marca Pías. Buenos Aires. p.67.
- O'Guinn, T. C. (1999). Publicidad. En A. C. O'Guinn Tomas, Publicidad p.6. Thomson Editores.
- Otero, M. (2013). Imagen empresarial y valor de la marca España. Revista UNO, p.18.
- Santangelo, A. (2012). Semiotica y Publicidad. Buenos Aires: Imprenta Kurz. p.93.
- Valls, J. F. (1992). La imagen de marca de los países . New York: McGraw-Hill .
- Wang, C. L. (2012). Country image, product image and consumer purchase intention: Evidence from an emerging economy. USA: International Business Review. p.15.

006. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS COMO MODELO INCLUSIVO DENTRO DEL MARKETING MIX.

Autores:

Mgs. Carlos Gabriel Triviño Ibarra

Docente Universidad de Guayaquil

Carlos.trivinoi@ug.edu.ec

Mba. Leticia Zambrano Zambrano

Docente Universidad de Guayaquil

Leticia.zambranoza@ug.edu.ec

Guayaquil - Ecuador

RESUMEN

La investigación de mercados es la columna vertebral de cualquier estrategia de negocios. Hecha con cuidado y creatividad, la investigación pasa a ser un vehículo que ilumine la toma de decisiones y un radar que alerte a su empresa de las amenazas y oportunidades que se aproximan.

Por tal razón las empresas necesitan conocer quiénes son o pueden ser los consumidores o clientes potenciales, identificar sus características, que hacen, donde compran, porque, donde están localizados, cuáles son sus ingresos, edades, comportamientos, cuanto más se conozca el mercado, mayores serán las probabilidades de éxito.

La Investigación de Mercados es un proceso sistemático de recopilación e interpretación de hechos y datos que sirven a la dirección de una empresa para la toma adecuada de decisiones y para establecer así una correcta política de mercado también se puede definir como la obtención, el registro y el análisis de datos relativos a los ambientes, mercados y operaciones de mercadotecnia con objeto de proporcionar a la Gerencia de Mercadotecnia una información útil para la toma de decisiones.

La mezcla del marketing o marketing mix comprende una herramienta importante donde se planifican las actividades del producto, precio, punto de venta y promoción que lleva a cabo una empresa, ampliando a este criterio los componentes del mix de servicios como el personal, proceso y evidencia física que se deben considerar al momento que se desea realizar algún estudio de un producto o servicio.

Palabras claves: Investigación de mercados, Marketing mix, Consumidores, Toma de decisiones.

INTRODUCCIÓN

“El término mezcla de marketing se refiere a una mezcla distintiva de estrategias de producto, plaza (distribución), promoción y precios (a menudo llamadas las cuatro P) diseñada para producir intercambios mutuamente satisfactorios con un mercado objetivo”. (Lamb et al, 2008, p. 51)

La mezcla del marketing constituye un conjunto de herramientas que la empresa combina para generar satisfacción en el mercado objetivo, es decir se pueden utilizar para atender las necesidades y deseos de los consumidores.

Según (Limas, 2012, p.116). La mezcla de mercadotecnia “hace parte integral de un nivel táctico de la mercadotecnia o marketing, en el cual, las estrategias se transforman en programas concretos para que una empresa pueda llegar al mercado y desarrollar productos que ofrezcan mayor valor, asignar precios apropiados, distribuirlos y promoverlos de manera eficaz”.

Estas herramientas constituyen el conjunto de las conocidas 4 P's (producto, precio, plaza o distribución y la promoción), como estrategias para llegar a un mercado objetivo. En donde el producto se lo puede definir como aquel bien tangible con determinadas características o intangibles denominado servicio que puesto en el mercado satisface las necesidades de un determinado consumidor.

El concepto de precio se determina por la cantidad de dinero que una persona está dispuesta a pagar por un bien o servicio que satisface una necesidad. La plaza o también conocida como distribución o punto de venta, constituye el canal o medio por el cual se va hacer llegar al producto al consumidor para su uso o consumo. La promoción o comunicación constituyen los medios que se van a utilizar para dar a conocer acerca de los productos o servicios que ofrece determinada empresa, dando a conocer sus ventajas, características, atributos y sus beneficios, haciendo uso de publicidad por diferentes medios de comunicación como son la radio, televisión, revistas, periódicos, entre otros medios publicitarios, por los que se trata de convencer a los clientes o consumidores de comprar el producto o servicio.

Es aquí donde entra la respectiva fundamentación donde se da paso a la investigación de mercados dentro de este análisis de las 4p del mercado, en la que dentro de esas “p” de mercados adicionales se pueda establecer como punto referencial dicha investigación.

DESARROLLO

En este apartado se va a analizar el papel que juega la investigación de mercados en la empresa. La concepción del marketing como una función estratégica para la organización marca el papel determinante de la investigación de mercados en el entorno actual. Se explicita a continuación el desarrollo de un proceso de marketing tal y como debe producirse en la realidad empresarial actual, las tendencias actuales en investigación comercial con especial énfasis en el desarrollo de nuevas técnicas de gestión y análisis basadas en la aplicación de las nuevas tecnologías de la información, así como una descripción del sector industrial que constituye el desarrollo de esta actividad.

La investigación de mercados siempre ha sido una tarea que ha ayudado a los responsables de las empresas a su toma de decisiones y a controlar la actividad de su empresa así como a vigilar el entorno. Malhotra (1997) señala que "la tarea de investigación de mercados consiste en satisfacer las necesidades de información y proporcionar a la gerencia información actualizada, relevante, exacta, fiable y válida. El ambiente competitivo actual del marketing y los costos, siempre en aumento, que se atribuyen a una toma de decisiones poco efectiva, requieren que la investigación de mercados contribuya con información significativa. Las decisiones apropiadas no se basan en el sexto sentido, la intuición o en un juicio".

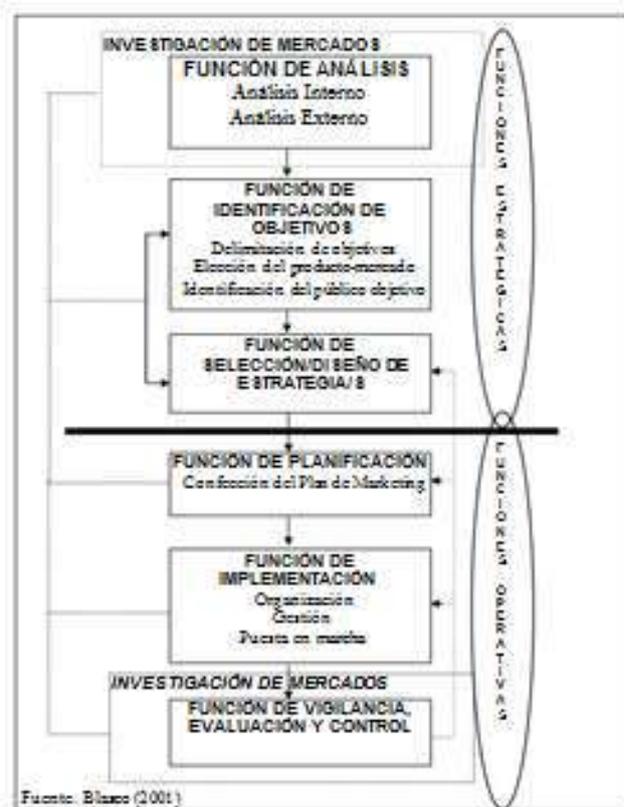
Definidas las estrategias de actuación, corresponde el momento del marketing operativo. La estrategia se concreta en actuaciones específicas sobre las cuatro variables básicas del marketing: producto/servicio, precio, comunicación y distribución. La fase de marketing operacional se completa con la ejecución de las acciones previstas y el control de las mismas, de forma que se obtenga información útil que alimente la próxima definición de estrategias, lugar donde la investigación comercial volverá a jugar un papel fundamental, con su función de vigilancia y control.

Definimos, pues, la implantación del marketing en la empresa como un proceso sistemático, en el que distinguimos fases diferenciadas y sucesivas. Subyace la idea de su dimensión estratégica, por lo que resulta imprescindible el análisis del entorno (macroentorno y microentorno).

Ello implica la necesaria implantación de un sistema de información continuo y dinámico que permita aportar objetividad y racionalidad en la toma de decisiones. La información es imprescindible en toda y cada una de las fases del proceso de marketing: análisis y determinación de estrategias, determinación y ejecución de acciones concretas sobre las variables de marketing mix, así como control de las mismas.

Para comprender mejor las ideas anteriormente expuestas es necesario definir dos aspectos: el sistema de información en marketing y su relación con la investigación comercial.

PAPEL DE LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN EL PROCESO DEL MARKETING



LAS VENTAJAS DE MANTENER LOS EQUIPOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO A NIVEL LOCAL

Durante muchos años hemos visto cómo se resumían de una forma muy simplista numerosas técnicas y metodologías de los estudios de mercado en una sola palabra: encuestas. Una encuesta es una de las múltiples herramientas que se pueden utilizar en el área de estudios de mercado, pero existen otras muchas fórmulas de investigar y de acceder a la información estratégica que la compañía necesita para la toma de decisiones, y que se utilizan unas u otras en función de los objetivos de la investigación.

Grupos de discusión, entrevistas en profundidad y entrevistas semi-estructuradas son ejemplos de técnicas más exploratorias o cualitativas; y entrevistas telefónicas, paneles de expertos o consumidores, recogida de casos o cuestionarios más o menos amplios e incluso el mystery shopping podría ser ejemplos de técnicas más cuantitativas (que se validan exclusivamente con criterios estadísticos).

Investigar mercados es obtener y analizar información relativa a determinados productos o servicios, las características de los competidores, y el entorno del mercado en que se opera, a veces altamente supervisado o regulado como el farmacéutico. Es un área que, desde la perspectiva de la demanda, lo que busca es conocer a los clientes (entendiendo los clientes como cualquier agente con capacidad de decisión).

En síntesis es aportar información recolectada y analizada de forma sistemática y objetiva que permita reducir la incertidumbre en cuanto a la elección de alguna de las alternativas para la resolución del problema. Es decir, es la herramienta que nos permite la toma de decisiones informada, disminuyendo el margen de error.

Pero para llegar a obtener la información necesaria que cubra los objetivos del estudio se necesita un trabajo multidisciplinar previo muy importante, acorde a su complejidad. Debemos tener muy claros los objetivos estratégicos del estudio desde todas las áreas del negocio, de forma que se pueda diseñar una metodología que se adapte perfectamente a ellos, y usar las herramientas adecuadas para lograrlos. Para ello la función de los equipos de investigación de mercado es clave.

A continuación se detalla 10 pasos que resultan eficaces para lograr este objetivo:

- Permite contar con más y mejor información para la toma de decisiones, y que éstas sean acertadas, favoreciendo el desarrollo del negocio y potenciando el crecimiento de la empresa. En suma, la toma de decisiones informada.
- Investigar el mercado también te proporciona información más real (y con las nuevas tecnologías también en tiempo real) y de alto valor añadido; información precisa y concreta, necesaria dentro de la organización.
- Ayuda a dimensionar el tamaño del mercado o el tamaño de la oportunidad sobre la que se va a trabajar en el caso de un lanzamiento de un producto o una extensión de línea.
- Realizar proyecciones de ventas más realistas. Ésta es una razón de peso, dado que la falta de precisión en el forecast de ventas puede impactar muy negativamente en la planificación de la compañía (en términos de recursos necesarios, de planificación de la producción, de imagen y reputación).
- Te permite conocer el propio lenguaje que utilizan los clientes para dirigirte a ellos con su propio vocabulario.

- Sirve para adaptar tu producto y la comunicación que vas a hacer sobre el mismo a las necesidades manifestadas por los consumidores, respondiendo mejor a aquellas que no son cubiertas del mercado.
- Te ayuda a establecer el sistema de aproximación a tu cliente más adecuado, de acuerdo con lo que el mercado está demandando, tanto a nivel de las acciones / marketing (marketing mix), como al nivel del canal que utilizas para aproximarte a tu cliente (multicanalidad).
- Analizar cuál es el perfil de tu cliente, definiendo las características concretas del cliente al que satisface o pretende satisfacer tales como: necesidades particulares, preferencias, hábitos de prescripción, limitaciones presupuestarias, etcétera.
- Conocer el perfil de tus clientes podrás agruparlos por segmentos de iguales características y podrás adaptar tu mensaje a los diferentes segmentos, para poder hablar con ellos de lo que más les interesa, y cubrir de una forma individualizada sus necesidades.
- Ayudar a saber cómo cambian o evolucionan los intereses, necesidades y preferencias de los clientes, para que así la empresa pueda responder y adaptarse a ellos y no quede fuera del mercado.

Este conocimiento de nuestro cliente a nivel comportamental es la información más valiosa a la hora de crear estrategias de marketing que sean eficaces puesto que nos permite conocer qué es lo verdaderamente relevante para nuestros clientes, sus verdaderos intereses. Conocer cómo se comportan nos permitirá segmentar correctamente y podremos tanto cubrir mejor sus necesidades como fidelizarlos, estableciendo una mejor relación con ellos.

La clave está en escuchar activamente al cliente, en poner esta información en valor y en incorporarla al proceso de planificación de nuestras compañías para poder establecer una toma de decisiones estratégicas informada, analizada y cualificada.

LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO COMO MODELO EN EL MARKETING MIX

Dentro de la concepción total de una empresa podemos observar que la investigación de mercados es una herramienta que se sirve de varias ciencias del marketing para crear y establecer un sistema de información que por medio de un proceso técnico permite clasificar, analizar o interpretar datos cuantitativos y

cualitativos obtenidos de fuentes primarias y secundarias de información, a fin de evitar riesgos y lograr así la toma de decisiones adecuadas para una eficiente dirección de la empresa.

La importancia de investigación de mercados en las empresas radica en el continuo y rápido cambio de gustos e intereses de los consumidores ya que estos son cada vez más exigentes, tienen más educación, leen más periódicos y revistas, ven más la televisión y viajan más que las generaciones pasadas, también tienen más relaciones sociales. Sus demandas por tanto, son más exigentes y sus gustos varían con mayor rapidez.

Además analizan cada vez más los pros y contras de los diferentes productos disponibles en los mercados y estos cada vez aparecen más segmentados y cada segmento del mercado exige que las características del producto o servicio se adapten a sus gustos, necesidades y estilo de vida; lo que requiere de un adecuado posicionamiento, es decir, la determinación del segmento del mercado al que se dirige, exige un análisis serio y una extensa planificación, tomando en cuenta los diferentes factores del mercado.

Por lo tanto la empresa debe tener en cuenta todos estos factores, analizando variables como: el producto, el mercado, la competencia, la distribución, el precio y la forma como lo va a transmitir al consumidor; para determinar las posibilidades de venta del producto o servicio y cómo alcanzar el éxito con él, además permite identificar las oportunidades, al igual que los problemas potenciales con los que todos los productos o servicios se encuentran a la hora de estar en un mercado cambiante y cada día más exigente.

La importancia de la investigación de mercados en todos estos procesos es muy alta, ya que sirve como instrumento de acopio de información, previene y limita los riesgos y especialmente ayuda para que la toma de decisiones se de en condiciones de menos incertidumbre.

Así mismo la Investigación de Mercado nos permitirá detectar oportunidades en el mercado y evaluar desempeños. Su flujo va del medio hacia la empresa; es decir, normalmente es externa a la compañía, lo cual permite conocer mejor el medio en el que se desenvuelven todos sus procesos, tanto internos como externos y por tanto tomar mejores decisiones.

Una investigación de mercado es una recolección objetiva y sistemática de datos, con su respectivo análisis acerca del mercado objetivo, acerca de nuestros competidores y el entorno, que nos permite incrementar el conocimiento que tenemos para tomar decisiones.

La información producida, guiará las decisiones en nuestro negocio, pero no es una actividad que debemos realizar una sola vez, sino que deberemos mantenerla

actualizada a lo largo de nuestro proyecto. Es información que guiará nuestras decisiones estratégicas.

Toda empresa que se quiera mantener competitiva en el mercado actual, el cual se caracteriza por ser un mundo globalizado, debe regirse por las exigencias del cliente, el mercado mismo y de su propia capacidad de responder y adaptarse a dichos requerimientos. Por ello las empresas exitosas proceden realizar las investigaciones de mercado que muestran, las debilidades y fortalezas de sus productos o servicios en el mercado. Un claro ejemplo son las franquicias y negocios aun con un formato definido, realizan constantes estudios de mercado; pues les permite conocer los distintos factores del mismo a fin de procurar y preservar el éxito de sus productos o servicio una vez más en un mercado cambiante y cada día más exigente.

MODELO DENTRO DE LAS 4P DEL MERCADO



Fuente: Propia

Los procesos de planificación estratégica de la empresa, la planificación de marketing en general y el diseño de estrategias de marketing de productos y marcas, en particular, exigen analizar variables de distinta índole, situaciones y comportamientos tanto del entorno general de la empresa como específico o interno, así como muchos otros aspectos relacionados con el mix de marketing.

El marketing puede ser analizado como una función de la empresa, o en un sentido más amplio, como una función de las organizaciones (lucrativas y no lucrativas).

Para la ejecución de cada una de las fases existen numerosos métodos alternativos, de tal modo, que el investigador ha de determinar cuáles son más eficaces en la investigación que desarrolla.

Tipos de investigación de mercado, la metodología utilizada en la investigación de mercados depende del nivel de definición del problema que se pretende abordar. Así nos encontramos con la siguiente tipología:

- Investigación exploratoria.- utilizada cuando la situación es de desconocimiento. Por ejemplo: ante situaciones de pérdida del volumen de ventas.

- Investigación descriptiva.- utilizada cuando tenemos parte de la información. Por ejemplo: cuando disponemos de información sobre nuestros compradores y queremos conocer más a fondo sus características o las características de los productos y servicios ofertados que motivan su compra.

- Investigación causal.- cuando estamos en un nivel de certeza elevado y queremos incrementar la efectividad de las acciones propuestas. Por ejemplo, cuando nos planteamos distintas alternativas de envase partiendo del hecho de que el producto es atractivo a un determinado mercado objetivo que conocemos.

En el caso de algunos servicios, los clientes no pueden juzgar la calidad técnica incluso después de haber recibido el servicio. Son solo algunas características que el comprador puede evaluar después de la compra. Puesto que los servicios normalmente tienen muchas cualidades de experiencia y crédito, su compra lleva consigo un riesgo mayor.

Esto tiene varias consecuencias:

- Los consumidores de servicios generalmente se basan en lo que dice la gente, no en la publicidad.
- Los consumidores se basan en gran medida en el precio, el personal e indicios físicos para juzgar la calidad.
- Los clientes son muy leales hacia los proveedores de servicios que los satisfacen.

CONCLUSIÓN

Dentro de todo estudio o análisis es de vital importancia el marketing mix ya que es un elemento estratégico y significativo que sus 4 variables han ayudado en la estructura de varios planes del marketing no importa si sean pequeñas, medianas o grandes empresas, por esto también decimos que la inclusión de la investigación de mercados surge ante la necesidad en la actualidad de saber cuáles son esos gustos de los clientes para posteriormente satisfacer sus necesidades.

Es uno de los elementos tácticos más importantes del marketing moderno y cuya clasificación y la inclusión de la investigación de mercados se ha constituido durante muchos años en la estructura básica de diversos planes de marketing, sin embargo, y conforme los avances tecnológicos van permitiendo la creación de nuevos escenarios para los negocios también vemos como van apareciendo nuevas propuestas de clasificaciones para las herramientas y variables para el marketing mix, las cuales; pretenden sustituir a la tradicional 4Ps porque se considera que ya han cumplido su ciclo y a su vez están obsoletas para las condiciones del mercado actual.

En todo caso, es decisión de la empresa y de los mercadólogos el utilizar y adaptar la clasificación que más se adapte a sus particularidades y necesidades; sin olvidar, que el objetivo final del marketing mix es el de coadyuvar a un nivel para conseguir la satisfacción de las necesidades y/o deseos del mercado meta mediante la entrega de valor, a cambio de una utilidad para la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

ANTOINE, J. (2000): "Marketing research and training in Eeeurope: A view of the next ten years", *Journal of Marketing Management.*, 10, 8, 687-702.

BARLETT, CHRISTOPH, GHOSHAL (2005): "Changing the role of top management", *Beyond systems to People*, HBR, mayo-junio.

CRUZ ROCHE, I. (2001): "Prólogo a la edición española", en Lambin, J.J. y Peeters, R. *La gestión de Marketing en las empresas*, Madrid: ICE.

CRUZ ROCHE, I. (2000): "Fundamentos de Marketing", Madrid: Ariel.

DAWSON, L. M. (2007): "A Theleological Perspective of Marketing Science", en Rusell W. B. y Zaltman, G. (edit.), *AMA Winter Educator's Conference*, Chicago, AMA, págs. 81-85.

DAY G.S. (2010): "Marketing Driven Strategy: Processes for Creating Value". New York: The Free Press.

DAY G.S. Y WENSLEY, R. (2003): "Marketing Theory with a Strategic Orientation *Journal of Marketing*, vol. 47, págs. 79-8S.

DAY, G. S. (2005): "Adventageous Alliances", Journal of the Academy of Marketing Science", vol. 23, nº 4, págs. 297-300.

DESPHANDÉ, R. (2013): "Paradigms: On Theory and Method in Research In Marketing". Journal of Marketing, vol. 47, otoño, págs. 101-110.

DRUCKER, P.F. (1983): "La Gerencia: Tareas, Responsabilidades y Prácticas", 5ª ed., Buenos Aires: El Ateneo.

DUPUIS, M y TISSIER-DESBORDES, E. (2006): "Trade marketing and retailing: a european approach", Journal of Retailing and Consumers Services, 3, 1, 43-51.

EDGEETT, S. y PARKINSON, S. (2003): "Marketing for service industries review", Services Industry Journal, 13, Julio, págs.19-39.

FISK, R.P., BROWN, S.W. y BITNER, M.J. (2003): "Tracking the evolution of services marketing literature", Journal of Marketing, Vol.69, 1, sep, págs.61-103.

KOTLER, P. (2005): "Marketing Management", 10ª edición, Prentice Hall.

007. LAS HERRAMIENTAS DE LA CONTABILIDAD DE GESTIÓN EN LA MEJORA DE LOS PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES EN CUBA.

Autor:

Dayana Valdés Pérez, PhD.

Licenciada en Contabilidad y Finanzas, Master en Contabilidad Gerencial y Doctor en Ciencias Contables y Financieras.

Docente de planta de la carrera de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Manabí (PUCEM)

dvaldes@pucem.edu.ec

RESUMEN

Con el transcurrir de los años los productos y servicios son cada vez más complejos y con ello las exigencias de los clientes en cuanto a calidad, tiempo y precio. Es por ello necesario para triunfar una adecuada gestión y relación de las áreas en la entidad apoyándose en herramientas como las que integran la Contabilidad de Gestión, las cuales sirven de apoyo tanto para la planeación como para el control y por tanto para la toma de decisiones. La planeación no está encaminada a eliminar riesgos, pues asumirlos es esencial para el progreso, sino a asegurar que estos se detecten. En tal sentido aplicar un procedimiento sustentado en el modelo Costo-Volumen-Utilidad, para la toma de decisiones gerenciales, encaminadas al mejoramiento del proceso de comercialización, en las empresas industriales cubanas constituye el objetivo de esta investigación, que es validada a través de un estudio de casos aplicado a una empresa industrial seleccionada como muestra intencional dedicada a la producción de jugos de frutas en Cuba, para ello se emplearon varios métodos del nivel teórico como entrevistas estructuradas, encuestas, criterio de expertos y se formuló un método para el análisis de las diferentes variables que conforman la investigación, así como la valoración de dos escenarios que permitieron diagnosticar la situación de la industria, reconociendo que el procedimiento propuesto permite tomar decisiones encaminadas al mejoramiento de la comercialización en la línea de jugos de las empresas industriales.

Palabras Claves: Comercialización, planeación, modelo costo- volumen- utilidad, punto de equilibrio.

ABSTRACT

With the passing of the years the products and services are increasingly complex and thus the demands of customers in terms of quality, time and price. It is therefore necessary to succeed a proper management and relationship of the areas of the institution relying on tools such as management accounting, which serve as support for planning to control that integrates and therefore to decision-making. The planning not is aimed to eliminate risks, as assume them is essential for the progress, but to ensure that these are detected. In such sense to apply a procedure based on the model Costo-Volumen utility, for managerial decision-making, aimed at the improvement of the marketing process, in industrial enterprises is the objective of this research, which is validated through a case study applied to the production line for fruit juices belonging to the industrial company of citrus, so employed several methods of theoretical level as structured interviews, surveys, expert criteria and a procedure for the analysis of the different variables that make up the model, as well as the assessment of two scenarios that allowed to diagnose the situation of the industry, recognizing that the proposed procedure allowed to make decisions aimed at the improvement of the marketing in the line of juices of the industrial enterprise was formulated.

Key words: Marketing, planning, cost-volume model - utility, breakeven point.

INTRODUCCIÓN

Las Técnicas de Dirección desde su surgimiento han sido de gran ayuda para el mejoramiento continuo y el aumento paulatino de la rentabilidad y del desempeño de las organizaciones. Con el transcurso del tiempo se han logrado desarrollar fuertes herramientas de trabajo, que a través de su uso y de la correcta valoración del entorno, permiten llegar a conclusiones como: en qué negocios es mejor invertir, qué amenazas u oportunidades se tendrán en el futuro venidero, cuáles son los principales caminos a seguir para lograr los objetivos definidos, aumentar la rentabilidad y la utilidad de la organización.

Hoy en día el perfeccionamiento continuo de los procesos ha potenciado el desarrollo de técnicas de creación y transformación de escenarios estratégicos y económicos, convenientes para el beneficio de la propia organización. Con el transcurrir de los años los productos y servicios son cada vez más complejos y con ello las exigencias de los más diversos clientes, en cuanto a calidad, tiempo, diseño y precio. Ello, junto con la presencia de mercados cada vez más globalizados hace que las empresas se muevan en medios muy competitivos y que para poder triunfar tengan que lograr una adecuada gestión de cualquiera de las áreas de su entidad, siendo importante, además, una correcta relación entre ellas.

En la actualidad Cuba se ha convertido en un país mayormente importador, y en tales circunstancias, teniendo en cuenta las dificultades por la que atraviesa la isla, la

economía está orientada hacia su total recuperación, para ello la elevación de la eficiencia en la productividad social deberá convertirse en la vía principal para asegurar el desarrollo económico. Para lograr esto es necesario convertir a las empresas cubanas en organizaciones rentables y fomentar el desarrollo de las ventajas competitivas de dichas entidades, siendo necesaria una correcta producción y comercialización de los productos, además de mantener una elevada disponibilidad de estos ítems.

En el proceso de planeación, toda empresa debe estar consciente de que tiene tres elementos para alcanzar su futuro. La clave para la planeación de las utilidades radica en la composición de la estructura del costo, por lo que resulta muy importante conocer la naturaleza de los mismos para tomar las decisiones correctas. Para aumentar las utilidades o el beneficio, las organizaciones deberán planear sobre la base de modelos y técnicas y no sobre la base del empirismo, lo cual conduciría a decisiones erradas que podrían comprometer el futuro de la organización.

Por ello se define como objetivo de la investigación: aplicar un procedimiento sustentado en el modelo Costo-Volumen-Utilidad, para la toma de decisiones gerenciales, encaminadas al mejoramiento del proceso de comercialización, en empresas industriales de Cuba.

Entre los principales resultados obtenidos en la investigación se encuentran el manejo de un procedimiento donde se vinculan herramientas propias de la contabilidad de gestión como es el modelo costo- volumen –utilidad y el análisis del riesgo, costos y beneficios en la mejora de los procesos de comercialización en empresas industriales, a través de la aplicación de diferentes escenarios donde se analizan posibles condiciones para tomar decisiones, diagnosticar y conducir adecuadamente la entidad.

DESARROLLO

En la investigación es formulado un estudio de caso tomando como referencia una empresa dedicada al procesamiento y comercialización de frutas y vegetales como muestra intencional. Para llevar a cabo el diseño del procedimiento propuesto fueron empleados métodos del nivel empírico, entre los que se destacan, la entrevista y la consulta con expertos.

La entrevista estructurada, con el objetivo de delimitar los procesos y actividades que se desarrollan en la empresa, se realizó para todos los directivos y mandos intermedios y la opinión de los especialistas de la subdirección de calidad y economía.

De forma general se aplicó el método histórico-lógico, se recopiló y procesó información correspondiente al año 2014, para evaluar y analizar la situación presentada por la empresa en este período y poder realizar la proyección de periodos posteriores y su diagnóstico.

La investigación partió de lo general, el estudio de la empresa, a lo particular, el comportamiento de sus indicadores de resultados y más específico, el costo y la comercialización.

Se elaboraron gráficos y se realizó un adecuado ordenamiento tabular de la información para la mejor comprensión de los resultados

La empresa industrial muestra cuenta con varias líneas de producción, basadas fundamentalmente en el procesamiento de cítricos y frutas tropicales, con el objetivo de abastecer el mercado internacional y nacional (principalmente a los hoteles de todo el país). Dentro de las principales líneas de producción de la entidad se encuentra la elaboración y el procesamiento de:

- Jugos concentrados congelados de cítricos y piña
- Puré de frutas (tanto congelado como aséptico)
- Néctares asépticos (diferentes sabores)
- Tomate y enlatado del mismo
- Mermeladas
- Papas pre fritas.

Para planear resulta muy recomendable tomar como base no sólo las condiciones que generan cambios en los niveles de actividad, sino también los resultados históricos medios, o sea ni los mejores, ni los peores, una vez consideradas estas valoraciones, se toma como año estándar el 2014 y sus resultados permitieron realizar la planeación futura para la línea de producción de jugos, por ser la que mayores ingresos le proporciona a la industria. Partiendo de que en esta línea se elaboran diferentes tipos de jugos con similares características pero con gastos y precios diferenciados, a continuación se precisan los gastos correspondientes que facilitan su cálculo como se observa en la tabla No 1.

Tabla No 1: Clasificación de gastos según su relación con el volumen de producción y definición del precio de los productos para la línea Jugos de frutas naturales.

Producciones	Gastos variables	Gastos fijos	Precio
Néctar Mango	\$75.00	\$1173.00	\$88.52
Néctar Guayaba	77.43	1173.00	82.52
Néctar Naranja-Mango	76.87	1173.00	89.95
Néctar Naranja-Piña	64.62	1173.00	77.71
Néctar Naranja-Plátano	70.75	1173.00	83.83
Néctar Papaya	75.34	1173.00	87.42
Cóctel de frutas	89.68	1173.00	92.76
Naranja Fruta Bomba	75.00	1173.00	86.08

Fuente: Elaboración del autor a partir de la información de la empresa.

Los resultados del cálculo del punto de equilibrio se muestran en la tabla No 2 en unidades y en pesos.

Tabla No 2: Punto de equilibrio (PE)

Producciones	PE en unidades	PE en pesos
Néctar Mango	87	\$ 7 701.24
Néctar Guayaba	230	18 979.6
Néctar Naranja-Mango	90	8 095.5
Néctar Naranja-Piña	90	6 993.9
Néctar Naranja-Plátano	90	7 544.7
Néctar Papaya	97	8 479.74
Cóctel de frutas	380	35 248.8
Naranja Fruta Bomba	106	9 188.08

Fuente: Elaboración propia

El margen de seguridad (MS) se calcula para cada producto para el año 2015, los resultados de su cálculo se muestran a continuación en la tabla No 3:

Tabla No 3: Margen de seguridad

Producciones	Ventas esperadas (u)	Ventas en PE (u)	% Margen de seguridad
Néctar Mango	8700	87	99
Néctar Guayaba	4300	230	95
Néctar Naranja-Mango	9000	90	99
Néctar Naranja-Piña	9500	90	99
Néctar Naranja-Plátano	9850	90	99
Néctar Papaya	9700	97	99
Cóctel de frutas	3800	380	90
Naranja Fruta Bomba	1060	106	90

Fuente: Elaboración propia

Al analizar los valores determinados anteriormente se puede observar que las ventas pueden decaer de un 90 a un 99% y aún la línea de producción no incurriría en pérdidas, lo que demuestra que los niveles de seguridad son muy altos y el riesgo operativo es ínfimo.

A continuación se realiza un análisis que muestra cómo cambian las utilidades y la rentabilidad cuando varían las ventas por producciones según se muestra en la tabla No 4 y 5.

Tabla No 4: beneficios por producciones

Beneficio = ingresos - costos			
Producciones	Beneficio	Ingresos	Costos
Néctar Mango	\$779.92	\$2168.44	\$1388.52
Néctar Guayaba	779.91	2150.43	1370.52
Néctar Naranja-Mango	779.92	2149.87	1369.95
Néctar Naranja-Piña	779.91	2407.62	1627.71
Néctar Naranja-Plátano	779.92	2343.75	1563.83
Néctar Papaya	779.92	3448.34	2668.42
Cóctel de frutas	779.92	3872.68	3092.76
Naranja Fruta Bomba	779.92	3126.00	2346.08

Fuente: Elaboración propia

Tabla No 5: rentabilidad por producciones

Producciones	% de Rentabilidad
Néctar Mango	56.17
Néctar Guayaba	56.91
Néctar Naranja-Mango	56.93
Néctar Naranja-Piña	47.91
Néctar Naranja-Plátano	49.87
Néctar Papaya	9.23
Cóctel de frutas	25.22
Naranja Fruta Bomba	33.24

Fuente: Elaboración propia

Una vez calculada las fluctuaciones de las ventas y utilidades se procede al cálculo y análisis del grado de apalancamiento operativo (GAO) y el análisis comparativo respecto al margen de seguridad y la rentabilidad por producciones como se muestra en la tabla No 6.

Tabla No 6: Margen de seguridad, Rentabilidad y GAO por producciones

Producciones	ventas	Beneficio	Rentabilidad	MS	Gao
Néctar Mango	\$2168.44	\$779.92	35.97	99	0.1
Néctar Guayaba	2150.43	779.91	36.27	95	0.2
Néctar Naranja-Mango	2149.87	779.92	36.28	99	0.1
Néctar Naranja-Piña	2407.62	779.91	32.39	99	0.1
Néctar Naranja-Plátano	2343.75	779.92	33.28	99	0.1
Néctar Papaya	3448.34	779.92	22.62	99	0.1
Cóctel de frutas	3872.68	779.92	20.14	90	0.2
Naranja Fruta Bomba	3126.00	779.92	24.95	90	0.9

Fuente: Elaboración propia

A medida que se incrementan las ventas crecen los beneficios y por consiguiente la rentabilidad, esto se debe a los altos niveles de apalancamiento.

El apalancamiento operativo y la rentabilidad son indicadores que siempre van juntos, a mayor rentabilidad mayor apalancamiento. Entre riesgo y seguridad no existe contradicción, lo primero ya se ha explicado anteriormente, lo segundo está asociado al nivel de ventas proyectado respecto a estas en punto de equilibrio.

Este es el efecto del apalancamiento operativo que ocurre como consecuencia de la existencia de gastos fijos, que no varían al incrementarse las ventas y por lo tanto los beneficios crecen más que estas. Lo anterior puede parecer perfecto, sin embargo, no debe olvidarse el riesgo, que crece proporcionalmente al nivel de apalancamiento y se manifiesta de dos maneras:

1. En la elevación del punto de equilibrio según se incrementen los gastos fijos.
2. Si el pronóstico de ventas fue muy optimista y estas disminuyen en lugar de incrementarse los beneficios disminuirán mucho más que ellas.

Según los resultados que se muestran en la tabla No 6 las producciones presentan un alto margen de seguridad por tanto los beneficios son menores, la rentabilidad y el grado de apalancamiento son muy bajos, en todos los casos no alcanzan los parámetros que según la teoría deben lograr estos indicadores que demuestren una adecuada planificación de los recursos y proyección de las ventas.

Para prever resultados positivos se evalúan diferentes alternativas de ingresos, costos y gastos para definir la variante más óptima, en la cual se alcance una cifra máxima de utilidades o mínima de pérdidas sin deterioro de los estándares de calidad. Se introduce su demostración práctica con el fin de facilitar la interpretación de los resultados e ilustrar las ventajas que ofrece este método. Para ello se trabaja con dos escenarios como se muestra a continuación:

Escenario 1.

El primer escenario se diseña teniendo en cuenta la variabilidad en la demanda de jugos y su planificación empírica, lo que provoca que los niveles de ventas proyectados se encuentren muy por debajo de la demanda y capacidad de producción de la línea, por ello se procede en este primer momento a incrementar en un 5 % el volumen de las ventas, lo que conlleva a un aumento en los costos variables en esa misma proporción. Como se aprecia en la tabla No 7.

Tabla No 7: Resultados del Escenario 1

Producciones	Actual					Escenario 1				
	PE	Beneficio	Rentabilidad	Ms	GAO	PE	Ms	Beneficio	Rentabilidad	GAO
Néctar Mango	87	\$779.92	35.97	99	0.1	120	98.69	\$88075.95	10.89	0.11
Néctar Guayaba	230	779.91	36.27	95	0.2	963	78.68	4328.53	1.16	0.01
Néctar Naranja-Mango	90	779.92	36.28	99	0.1	127	98.66	86111.92	10.13	0.10
Néctar Naranja-Piña	90	779.91	32.39	99	0.1	119	98.81	97170.52	12.54	0.13
Néctar Naranja-Plátano	90	779.92	33.28	99	0.1	123	98.81	97520.31	11.25	0.11
Néctar Papaya	97	779.92	22.62	99	0.1	141	98.61	83494.90	9.38	0.09
Coctel de frutas	380	779.92	20.14	90	0.2	3,011	23.08	351.89	0.10	1.00
Naranja Fruta Bomba	106	779.92	24.95	90	0.9	160	85.62	6985.29	7.29	0.07

Fuente: Elaboración propia

Escenario 2.

En el segundo escenario se tuvo en cuenta la continua aceptación del producto y por tanto, el progresivo incremento de la demanda y la capacidad de producción, por lo que se propone un aumento de los precios en un 5%, considerando que con ello no se afecta la comercialización de la línea de jugos naturales. Como se aprecia en la tabla No 8.

Tabla No 8: Resultados del escenario 2

Producciones	Actual					Escenario 2				
	PE	Beneficios	Rentabilidad	Ms	GAO	PE	Ms	Beneficios	Rentabilidad	GAO
Néctar Mango	87	\$779.92	35.97	99	0.1	77	99	\$807,241.68	23.7	0.19
Néctar Guayaba	230	779.91	36.27	95	0.2	149	97	371,207.28	10.3	0.10
Néctar Naranja-Mango	90	779.92	36.28	99	0.1	78	99	848,657.55	18.5	0.18
Néctar Naranja-Piña	90	779.91	32.39	99	0.1	96	99	773,529.54	20.7	0.21
Néctar Naranja-Plátano	90	779.92	33.28	99	0.1	91	99	865,447.95	19.5	0.19
Néctar Papaya	97	779.92	22.62	99	0.1	162	98	887,704.28	17.8	0.18
Coctel de frutas	380	779.92	20.14	90	0.2	401	89	367,019.64	7.6	0.08
Naranja Fruta Bomba	106	779.92	24.95	90	0.9	153	86	93,460.96	15.8	0.16

Fuente: Elaboración propia

En el análisis de los resultados obtenidos en los escenarios anteriores se pudo constatar que el incremento de los costos variables provoca un aumento en el punto de equilibrio y como resultado del aumento de las ventas se elevan los niveles de beneficios. Por otro lado en el análisis del riesgo operacional se concluye que el Margen de Seguridad es alto por tanto la rentabilidad disminuye con respecto a la situación actual y el grado de apalancamiento operativo es ínfimo, lo que indica que la entidad está trabajando en esta línea de producción con poco riesgo y no explota al máximo su capacidad.

En el escenario 2 la situación con un incremento de los precios no varía notablemente con relación al anterior, solo se constata una disminución del Punto de Equilibrio. Todo lo anterior permite afirmar que las decisiones relacionadas con la planificación de la producción afectan la comercialización de la línea de jugos naturales al no aprovechar al máximo las capacidades y la demanda del mercado, además, la concatenación de un precio promedio discreto con un bajo nivel de ventas genera un nivel de ingresos insuficientes con respecto al volumen de gastos fijos derivados de las operaciones de la entidad.

En síntesis, hacer bien las cosas teniendo en cuenta los factores internos y externos, aprovechar las oportunidades de aprender de otras organizaciones especializadas y con más experiencias, es una forma de evitar los fallos y una vía para ser más productivos y eficientes, no tanto por intentar reducir los costos, sino por intentar aumentar la racionalización de los procesos.

CONCLUSIONES.

El modelo Costo-Volumen-Utilidad es una herramienta eficaz para la toma de decisiones y la proyección de los niveles de venta. Por su parte, el procedimiento propuesto permitió tomar decisiones encaminadas al mejoramiento de la comercialización en la línea de jugos naturales de la empresa industrial muestra.

La aplicación de los escenarios en la investigación corroboró el limitado proceso de planificación y uso de las capacidades de la línea de jugos naturales de la empresa industrial.

La aplicación del procedimiento permitió corroborar la utilidad del uso de herramientas pertenecientes a la contabilidad de gestión para las mejoras en los procesos de planificación, toma de decisiones y comercialización de la línea de jugos de la empresa objeto de estudio.

BIBLIOGRAFÍA

1. Bravo Valdivieso, M., Ubidia Tapia, C. (2007). Contabilidad de costos. Primera edición. Editora NUEVODIA, Quito-Ecuador.
2. Cano, M. A. (2013). Contabilidad gerencial y presupuestaria. aplicada a las ciencias económicas, administrativas y contables. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
3. Colectivo de autores. (2011). Contabilidad de costos. Conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones (2a. ed.). Cuba: Editorial Félix Varela, ProQuest ebrary.
<http://site.ebrary.com/lib/pucesp/detail.action?docID=10479418&p00=contabilidad+costos>
4. Pastrana Pastrana, Adolfo José. (2012). Contabilidad de costos. Argentina: El Cid Editor apuntes, ProQuest ebrary.
<http://site.ebrary.com/lib/pucesp/detail.action?docID=10608822&p00=contabilidad+costos>
5. Sinisterra Valencia, G. (2011) Contabilidad de costos. Colombia: Ecoe Ediciones, ProQuest ebrary.
<http://site.ebrary.com/lib/pucesp/detail.action?docID=10552740&p00=contabilidad+costos>
6. Suárez Jiménez, A, and Rodríguez, F. (2011). Sistemas de Costos. En: Selección de Guías de Estudio: Contabilidad y Finanzas. Cuba: Editorial Universitaria, ProQuest ebrary.
<http://site.ebrary.com/lib/pucesp/detail.action?docID=10472626&p00=contabilidad+costos>
7. Torres, Salinas, Aldo S. (2010) Contabilidad de costos: Análisis para la toma de decisiones. Tercera Edición. McGrawHill, México.

008. PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO DE LOS COMUNICADORES SOCIALES.

Autores:

Mgs. Delia Peña Hojas

dphojas@hotmail.com

Docente de la Facultad de Comunicación Social
Universidad de Guayaquil
Guayaquil - Ecuador

Cynthia Icaza Cárdenas

Katita_ckic@hotmail.com

Estudiante de la Facultad de Comunicación Social
Universidad de Guayaquil
Guayaquil - Ecuador

Christian Riquero Pincay

crisjosuk@hotmail.com

Estudiante de la Facultad de Comunicación Social
Universidad de Guayaquil
Guayaquil - Ecuador

Resumen

Periodismo de Investigación en el proceso formativo de los Comunicadores Sociales

El presente trabajo tiene como objetivo fomentar la práctica investigativa mediante metodologías teóricas prácticas que van de la mano con los avances científicos para la formación de los nuevos Comunicadores Sociales de la Universidad de Guayaquil, basándose en que la investigación contribuye en el desarrollo de una sociedad de conocimiento. Este estudio está apoyado bajo los artículos de la constitución del Ecuador y la ley orgánica de Comunicación y la ley orgánica de educación superior, donde el Estado busca fomentar la investigación científica en los centros de educación superior para el correcto ejercicio profesional con responsabilidad social y credibilidad. El periodismo de investigación es la búsqueda y la divulgación de hechos que tenga repercusión pública. La principal misión del periodista investigativo es la defensa de la transparencia de los casos ocultos y este profesional se rige bajo una ética periodística.

Palabras Claves: periodismo de investigación, sociedad del conocimiento, proceso formativo.

Introducción

En la última década ha aumentado la importancia del ejercicio del periodismo de investigación desde la enseñanza en la educación superior, esto se lo realiza utilizando el método científico el cual busca acercarse y analizar la realización y sistematización al generar estrategias propias de investigación que contribuye con la divulgación de información para formar una sociedad con conocimiento.

La labor del comunicador social busca servir al público y esto se debe evidenciar en la conformación y estructuración de la información que es transmitida por los medios masivos para ser divulgado a la sociedad.

Las principales fases del proceso de investigación comienzan cuando el periodista investigador selecciona algún problema al que se quiere dar solución a través de diferentes factores como el análisis del entorno, además de ubicar la relevancia y la proximidad que tiene en el mundo entero. Desde ahí se establece las hipótesis o preguntas de investigación a través de la metodología que consiste en la recolección de datos que conforma la parte empírica que cada profesional desarrolla desde su preparación.

La investigación es la esencia en el oficio del Comunicador Social, porque el periodismo radica en la indagación y búsqueda de información por lo tanto es más costosa en términos de esfuerzo y presupuesto, además es riesgosa porque busca probar y revelar hechos de interés público que alguien pretende mantener oculto y esto permite la divulgación de investigaciones científicas en base a las novedades y avances que ayudan al mundo entero.

La UNESCO apoya plenamente las iniciativas dirigidas a fortalecer el periodismo de investigación en todo el mundo, ya que ellos consideran que el periodismo de investigación consiste en la tarea de revelar situaciones encubiertas detrás de una masa caótica de datos y circunstancias.

(Bravo, 1983) "El método científico en la investigación se derivan en dos operaciones: de verificación, también llamada probatoria, y de teorización. En la primera el investigador parte de las teorías y modelos existentes, elabora sus hipótesis y relaciona éstas con los hechos a través de la observación sistemática, la obtención de datos y su clasificación y análisis. En el segundo proceso se parte de los datos obtenidos para formular proposiciones y leyes científicas nuevas que articulen teorías".

Se plantea que debe existir la suficiente preparación dentro de las mallas curriculares en los estudiantes de la asignatura de investigación, donde se dé la parte teórica como práctica, para que contribuya en el fortalecimiento académico y se cree el perfil completo del periodista científico investigador para aportar con una democracia autónoma.

Esta estrategia es la que el Ecuador está queriendo impulsar a través de la introducción de contenidos científicos investigativos en la parrilla de programación en los diferentes medios masivos como son: la televisión, la radio y la prensa y los medios digitales. Se está tratando de tener programas de investigación libre de compromisos gubernamentales ni personales, dando a conocer sobre las irregularidades que pasan en el país, pero esto no ha tenido su total éxito debido a que no se ha formado desde las asignaturas pertinente el interés de investigar y realizar programas investigativos que contenga temas actuales y de relevancia para el país y tenga un aporte cultural y académico.

Desarrollo

El periodismo investigativo busca dar a conocer algo específico, tiene como principal característica que no sólo tiene en cuenta al presente sino que también se remite al pasado, a las causas que generaron un hecho en particular. Su punto de partida es la investigación, la búsqueda de datos, de consecuencias, de pistas, de personajes, de testimonios.

El periodismo investigativo científico dota a la población de herramientas que son capaces de hacerles producir opiniones y criterios sobre temas de interés personales aportando al conocimiento. Las principales características del periodismo científico investigativo es la novedad, el interés público y la presentación atractiva si se habla de periódicos, las informaciones deberían suministrarse con textos ágiles y claros, titulares interesantes acompañados de imágenes y gráficos que ayuden a hacer más comprensible la exposición de los datos expuestos y en cambio sí son audiovisuales tiene que ser desde el lugar de los hechos, además debe contar con la participación de fuentes que conozcan de la materia.

(Miró Quesada, 1991)“Es justo reconocer que antes del periodismo investigativo se habían efectuado en el mundo importantes reformas; pero es asimismo indiscutible que sólo después de la evolución de éste se producen los grandes cambios sociales”.

Funciones del periodismo investigativo contemporáneo

Las principales funciones del periodismo investigativo contemporáneo son tres: la **función de divulgador** que permite transmitir y hacer comprensible el contenido de la investigación, **la función intérprete** es la que simplifica los descubrimientos de lo que rodea al mundo, **la función de control social y político** es la que ayuda a construir una democracia y la promoción de una ciencia.

La sociedad actual ha obligado a una transformación en el comunicador social presionándolo cada día más a tener un mayor grado de conocimiento y dominio de

su campo para poder guiar a la sociedad deseosa de conocer lo que acontece a su alrededor.

El comunicador de la nueva era debe cumplir ciertas exigencias en un campo laboral competitivo demostrando diferentes habilidades y destrezas al momento de manejar una información que se está siendo exhaustivamente investigada bajo diferentes fuentes tanto tecnológicas como personales, que busca como fin descubrir algo de relevancia que cambie la perspectiva del mundo y cumpla con el compromiso de informar a la comunidad.

En el campo pedagógico se perfila un nuevo panorama educativo caracterizado por:

- La necesidad de una actualización permanente, donde se adquiera mayores conocimientos, habilidades y criterios de aprendizaje a lo largo de la carrera de un comunicador social.
- La relevancia de los dominios de los procesos y estrategias tanto cognitivas como metacognitivas sobre los contenidos adquiridos dentro del campo laboral investigativo, eso nos ayuda a que los estudiante aprenda haciendo un nuevo periodismo responsable capaz de dar conocimiento apropiado a toda una sociedad.
- Adaptarse a una alfabetización de reformas tecnológicas y plataformas mediante bibliotecas virtuales que refuercen los conocimientos adquiridos en el proceso de aprendizaje, que ayude a la comunicación mediática y en la didáctica de los jóvenes universitarios, superando las barreras espaciotemporales que se dan en el ejercicio de la profesión.
- Modificar los roles entre docentes y estudiantes. El docente debe dejar de ser un instructor que domina los conocimientos para convertirse en un orientador y facilitador de conocimiento, además se transforma en un mediador del proceso de enseñanza y aprendizaje para así convirtiéndose en una guía didáctica para los estudiantes.

El perfil profesional docente investigativo incluye reforzar las competencias investigativas, para conocer las capacidades en las diferentes ramas del periodismo, diseñando intervenciones centradas en actividades y participación constante en los variados roles comunicacionales, además de una evaluación de los recursos didácticos y metodológicos para la elaboración de clases más participativas tanto en las aulas de clases como en las interacción en diferentes plataformas comunicacionales que permitan la interacción de varios profesionales en la investigación .

(Castillo Cabrerizo, 2005) “El profesor universitario investigativo no es un simple recitador de clases. Actualmente, se requiere un profesor transformador de modelos con iniciativa propia y creatividad, en un entorno institucional y social”

Las características del profesor investigador son las siguientes:

- ❖ **Actitud y Necesidad de Cambio:** el comunicador busca desarrollar nuevas competencias profesionales, esto implica el formar la necesidad de emprender cambios y mejoras en el desarrollo curricular e institucional es decir debe estar pre dispuesto para aceptar cambios.
- ❖ **Aplicación Práctica de la Investigación acción y de la Reflexión en el Aula:** esto permitirá desarrollar proyectos de investigación y elaborar nuevas teorías a través de la investigación educativa.
- ❖ **Trabajo en Equipo:** Es una necesidad del profesor quien requiere adquirir nuevas habilidades académicas y sociales, debido a las exigencias actuales en el campo laboral. Los procesos de investigación e innovación, exigen un trabajo en equipo armónico y coordinado, tanto en su planificación como en su ejecución y evaluación, con la incorporación y respeto a la individualidad y autonomía de cada uno de los integrantes, lo que permitirá crear la cultura investigativa.
- ❖ **Capacidad de Iniciativa:** Un profesor investigador debe de ser innovador debe poseer capacidad de iniciativa en el momento de asumir los procesos de cambio. Debe actuar con independencia y responsabilidad, con base en su capacidad creativa, reflexiva, crítica y evaluadora.
- ❖ **Uso Cotidiano de las Nuevas Tecnologías:** La introducción de las nuevas tecnologías en ámbito universitario permite que el profesor investigue y analice críticamente el impacto y este permita una investigación más exhaustiva, así como permite al aporte del ejercicio académico.

El nuevo comunicador docente debe ser un crítico y analítico de la información y debe estar en constante capacitación e irse innovando y adaptándose a las nuevas tecnologías para alcanzar en los estudiantes un correcto aprendizaje, además de convertirse en un profesional capaz de buscar, obtener, procesar información que luego se convierta en conocimiento para toda la vida, ya que el universitario debe ser capaz de darse cuenta y ser consciente de sus capacidades intelectuales, emocionales y físicas para el ejercicio de su carrera profesional.

(Calvo Roy, 1997) " El periodista científico investigativo es el enviado especial de la sociedad en el país de la ciencia y por lo tanto es el corresponsal que debe informar de lo que pasa en ese país que es donde está desarrollando el futuro de la humanidad".

El objetivo del comunicador científico investigativo es:

- ❖ Hacer al mayor número de personas de los avances del conocimiento y así ser un instrumento al servicio de la educación permanente.
- ❖ Impedir que el saber de un factor de desigualdad y desequilibrio entre los seres humanos, siempre una investigación busca la equidad entre las personas, por eso busca instruir una educación.

- ❖ Sensibilizar a la sociedad sobre los grandes fenómenos de nuestro tiempo y sobre las posibilidades de la ciencia y la tecnología como factores de esperanza para la solución de problemas de la humanidad
- ❖ Crear una conciencia pública sobre el valor de la investigación y la ciencia al servicio del desarrollo integral de los pueblos y de la comprensión sobre el individuo y al sociedad
- ❖ Convertirse en el foro de discusión pública sobre los problemas de orden científico y tecnológico que puedan ejercer influencia sobre el individuo y la sociedad.

Características del periodismo de investigación

Las principales características del periodismo investigador es descubrir la verdad oculta, realizar una investigación profunda de los acontecimientos y de ahí buscar la reacción del público, la información debe ser verificada y contrastada, además de buscar fuentes personales como tecnológicas.

Las características más importantes en las prácticas del periodismo de investigación es:

❖ La denuncia:

(Quesada, 1997) “Se trata de revelar un problema que aqueja a la comunidad”

En el periodismo de investigación predominan dos objetivos principales: Explicar los hechos ocultos que han propiciado la existencia de los acontecimientos y sacarlos a la luz pública con el fin de que en el futuro no se vuelvan a repetir y así ayudar a contribuir con la humanidad.

❖ La iniciativa propia.

Frecuentemente las investigaciones periodísticas rigurosas no parten exclusivamente de la práctica diaria en la sala de redacción, sino de la intuición del periodista que, por iniciativa propia, busca investigar hechos, esto se lo realiza por medio de la observación de datos claves y a través de pista que revelan hechos polémicos.

❖ No se utiliza la fuente oficial.

El periodismo de investigación subestima la utilización de esta fuente como prioritaria en la construcción de una información periodística; ésta se constituye en otra fuente más, pero no la única ni la más importante, debido a que ellos tratarán de ocultar las realidades de los hechos.

❖ **Explicativo.**

En este tipo de práctica informativa, se establece la conexión entre el momento y la situación del hecho.

Métodos para la obtención de fuentes en una investigación

Se debe utilizar diversos métodos para la obtención de fuentes y nuevas tecnologías que sirvan de soportes digitales que permita evaluar la capacidad de impacto que tiene un tema investigado, además contribuye con el desarrollo de un país con acceso a la información que ha sido contrastada y verificada y esto le dará respuesta a los problemas que se plantea en la vida diaria.

Los métodos varían de acuerdo a cuatro dimensiones: estructura, confiabilidad, injerencia del investigador y objetividad.

Técnica para la recolección de datos de información

- ❖ La entrevista
- ❖ La encuesta
- ❖ La observación
- ❖ Sesión de grupo el cual sirve para iniciar y cerrar la discusión o debate

Estas competencias hace que se comprenda la realidad social en que se vive, además de afrontar la convivencia y los conflictos empleando un juicio ético basado en valores y prácticas democráticas y así ejercer la ciudadanía actuando bajo su criterio propio y así contribuyendo con una paz y una total democracia.

El crecimiento de la democracia está ligado bajo el desarrollo de la esfera pública que constituye a toda esa información que está distribuida por todo el mundo lo cual hace que exista el debate de ideas y la participación en las decisiones más importantes de un país.

El papel de un periodista investigativo en una sociedad democrática es bastante importante ya que el profesional se debe de mantener informado dando respuestas a las opiniones de a cada uno de los individuos de la sociedad, es decir que el comunicador investigativo es el portavoz de una sociedad democrática.

Una sociedad democrática es aquella sociedad que se une con el fin de poder vivir de la mejor manera, haciendo actividades que beneficiaran a la población de dicha sociedad. Es sociedad cuando el estado y el pueblo se unen de manera correcta para poder cambiar las situaciones que afectan el país para tratarla de mejorar su estatus de vida, es ahí cuando interviene el periodista quien es el cuarto poder que maneja diferentes fuentes que hacen que un pueblo manifieste su opinión en base a pruebas.

Con la inserción de esta ponencia y el desarrollo de nuevas metodologías se pretenden lograr desarrollar una cultura investigativa que ayuden a la relación entre

las organizaciones como comités, centros o departamentos de investigación, donde puedan participar los estudiantes de diferentes carreras y se unan para promover el desarrollo de la ciencia investigativa a través de normas y estándares reconocidos por la comunidad científica internacional que permitan conducir los proyectos mediante el uso de métodos apropiados para así difundir la investigación del proyecto y sus resultados mediante informes estandarizados basado en protocolos reconocidos por la comunidad científica y esto permite a traer la crítica y el aporte de otros miembros de la comunicación.

Se busca desarrollar personas capaces de reflexionar sobre lo que se hace, evaluar el resultado y tomar decisiones para mejorar su capacidad de actuar; personas que apliquen en su totalidad la “Responsabilidad Social”.

La metodología orienta al proceso de construcción de la investigación donde se refleja la parte de operaciones, experimentaciones y procedimientos que le dan importancia al tema investigado. La metodología en la construcción de la investigación hace referencia a las experiencias, vivencias investigativas a través de grupos de trabajos, orientaciones y trabajos individuales que contribuyen a la investigación.

La investigación sistemática satisface el espíritu de curiosidad, el deseo de búsqueda permanente, la lectura y la conversación sobre las novedades científicas que ayuda a resolver una problemática y al florecimiento de la investigación que va paralelo al trabajo en equipo y al debate e intercambio de metodologías, técnica y hallazgo para el cumplimiento de las prácticas investigativas.

Las formas para buscar temas de interés son muy variadas y pueden ser:

❖ **La observación directa**

La manera más sencilla que tiene un periodista de detectar una posible investigación se basa en la observación directa de los sucesos diarios. Los acontecimientos cotidianos y las conversaciones con ciudadanos normales que expresan quejas sobre el mal funcionamiento de las cosas siempre dan pistas para formular algunas hipótesis e iniciar una investigación. Casi siempre las mejores pistas surgen en la calle cuando están en relación con la sociedad.

❖ **El archivo de datos parciales**

La documentación es una herramienta imprescindible para el periodismo de investigación. Un periódico que no tenga una buena documentación no está bien preparado para esta práctica. De la misma forma que un periodista que no posea un buen archivo personal está incapacitado para el ejercicio de esta profesión. Todos los datos relacionados con un determinado tema, por insignificantes que

parezcan en un principio, pueden proporcionar piezas suficientes para componer un rompecabezas que debe ser investigado.

❖ **El análisis de los hechos de actualidad**

Consiste en revisar críticamente las informaciones que diariamente publican los medios de comunicación, tanto los del medio en el que trabaja el periodista como los de los diarios de la competencia.

Muchas informaciones que publican los medios de comunicación dejan entrever aspectos importantes que pueden ser investigados por los periodistas, por eso es importante conocer a la perfección la actualidad, los acontecimientos diarios que aparecen en los medios de comunicación es imprescindible para el ejercicio del periodismo de investigación.

En muchas ocasiones, leyendo entre líneas informaciones aparentemente anónimas se deslizan datos que pueden ser importantes, piezas y que dejan algo en evidencia. Se trata de mantener una actitud despierta hacia la propia información. Observar las noticias diarias con actitud crítica y se debe seleccionar aquello que puede ocultar algo.

Los profesionales están excesivamente presionados por el trabajo diario como para profundizar en todos los temas que publican. Por otra parte, en numerosas ocasiones, algunos medios impresos publican textos de investigación que por su complejidad no quedan terminados en una sola toma.

❖ **Estudio de publicaciones especializadas**

Se trata de un material imprescindible para el trabajo del investigador porque ofrece pistas inmejorables para iniciar determinadas búsquedas de información. Dentro de este campo de publicaciones podemos hablar también de los boletines internos de empresas o revistas confidenciales, que siempre aportan pistas para la investigación.

❖ **El estudio de los boletines oficiales**

Los boletines oficiales son un buen lugar para detectar y recoger informaciones de las actividades públicas institucionales. Es el lugar adecuado para seguir la pista de nombramientos, concesiones de obras públicas, en la que a través de una lectura crítica se pueden descubrir numerosas pistas para iniciar trabajos de investigación. En el periodismo de investigación los boletines oficiales se suelen utilizar también para consultar y verificar datos que se han obtenido por otras fuentes.

❖ **La visita periódica a los juzgados**

Muchas informaciones que pasan desapercibidas para los periodistas de información diaria se originan en los juzgados. Allí se abren diariamente

numerosas causas que sirven de pista para alertar sobre posibles irregularidades y que pueden derivar en futuras investigaciones.

❖ **Las confidencias**

Un porcentaje muy alto de las investigaciones periodísticas parten de una confidencia o un rumor que alguna persona pone en conocimiento al periodista.

❖ **Los avisos anónimos**

Los avisos anónimos llegan frecuentemente a la sala de redacción. Las confidencias sólo se utilizan cuando el periodista está convencido de que pueden llevar a algo concreto.

❖ **El contacto permanente con las fuentes**

Los integrantes de la red de fuentes de información del periodista investigador pueden proporcionarle por iniciativa propia datos para una investigación.

La pedagogía de la investigación

La pedagogía de la investigación se aprende fundamentalmente a través del trabajo de maestro o profesor que ha formado una trayectoria investigativa impulsando el amor y cultura de investigación para estudiar los acontecimientos que nos rodea.

En la parte curricular dentro del pensum académico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil se imparten materias con relación a periodismo de investigación entre esas tenemos investigación a la comunicación, metodología de la investigación, periodismo de investigación, y periodismo digital, donde se imparte la parte teórica pero no se realizan trabajos investigativos.

La carrera de comunicación social de la universidad de Guayaquil está buscando ponerse a la vanguardia reforzando su plan de estudio, sumándose a la nueva dinámica global y digital de la educación, adquiriendo equipos tecnológicos para satisfacer las necesidades entre docentes y estudiantes.

En el sector universitario la enseñanza se ha convertido en un proceso orientado a producir cambios en los estudiantes, pero también en los docentes desarrollando diversos aprendizajes donde se involucren los estudiantes, motivándolos y teniendo la iniciativa para el desarrollo de habilidades de búsqueda y selección de información que es utilizada en el entorno de nuestra investigación, ya que no es fácil seleccionar contenidos que están colocados en internet.

El perfil profesional de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil nos indica que el estudiante de comunicación debe tener la capacidad de trabajar en equipo y tener desarrollado las destrezas como la comprensión lectora, el

análisis crítico, la habilidad para comunicar y su principal objetivo es formar un profesional dispuesto a adaptarse a las nuevas tecnologías.

La comunicación exige una preparación para hacer periodismo investigativo desde las universidades, debido a que cumplen una función muy importante a la hora de brindar a los nuevos comunicadores destrezas, técnicas y habilidades propias de la profesión.

Conclusión

En el contexto actual de la educación superior se motiva a implementar las tecnologías como instrumento para ampliar, potenciar y reorganizar las capacidades de los estudiantes.

Los roles están cambiando y con la incorporación de la tecnología en el mundo de la comunicación el docente ya no es solo el encargado de evaluar los aprendizajes, debe propiciar las experiencias que los suscitan, dejando de ser un simple transmisor de conocimiento, para esto el maestro debe estar capacitado, debe tener conocimientos tecnológicos que fomente la autogestión del conocimiento por parte de los estudiantes.

La integración de las Tecnologías de información y comunicación (TIC) en la carrera de comunicación social de la universidad y del mundo entero está en avances vertiginoso para que los estudiantes vayan adquiriendo las competencias necesarias para su desenvolvimiento profesional. Los maestros le han conferido potencial a las TIC para mejorar los aprendizajes de los estudiantes que puedan realizar sus investigaciones haciendo uso de ellas.

El periodismo de investigación debe surgir en las aulas de clases con la motivación de todos los docentes que dictan las asignaturas correspondientes en la malla curricular de comunicación social.

Una de las propuestas metodológicas prácticas que deben ser ejecutadas en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil es la aplicación de horas de tutorías donde los alumnos se les asesoren y se les dé seguimiento en la investigación en cuanto a su estructura y elaboración del material que se envían en las cátedras y así se logre la eficacia en el trabajo de investigativo del estudiante.

Las tutorías permitirán la evaluación del alumnado en el proceso activo del aprendizaje y además se debe reforzar la asignatura por medio de clases magistrales y seminarios para así generar reflexión y debate entre los estudiantes.

Estas tutorías se deben realizar tanto presenciales y por medio de una plataforma virtual, ya que esto representa una herramienta actual para la elaboración de investigaciones, planificación, escritura, edición e intercambios de ideas y experiencia entre periodistas. El campo virtual es una herramienta adoptada en la asignatura de investigación como muy útil y necesaria para facilitar el acceso a

información de relevancia. La investigación fomentará el desarrollo económico del país y de la sociedad, generando grandes avances científicos y mejorando la productividad.

Además se debe promover la elaboración de proyectos de investigación comunicacional multidisciplinario constituidos por estudiantes y docentes orientados en la producción y ejercicios investigativos en el campo periodístico.

Referencia

Albert M. (2007). La investigación educativa. Madrid: McGraw-Hill

Arruti Miguel Ángel. (1995). Historia de un cambio vertiginoso en Periodismo Científico pp.6-7

Bonin Jiani Adriana. (1998). Construcción de la propuesta Comunicacional una propuesta metodológica. Revista Latinoamericana de comunicación EL Chasqui

Calvo Roy Antonio. (2016). El periodismo científico cerca de las sociedades del futuro. Recuperado <http://www.diariolibre.com/ciencia-y-tecnologia/ciencia/calvo-los-medios-iran-aprendiendo-que-es-rentable-el-periodismo-cientifico-FN1179124>

Calvo Hernando, Manuel (1997): Manual de periodismo científico. Barcelona, Bosch Casa Editorial, p. 28.

Calvo Hernando, Manuel. (2005). Ciencia y Periodismo Científico en Iberoamérica. Granada. II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria y I Reunión Iberoamericana de Radios Universitarias. Recuperado <http://www.manuelcalvohernando.es/articulo.php?id=38>

CAMINOS MARCET, José María. (1997) Periodismo de investigación. Teoría y práctica. Madrid: Síntesis. España

CAMINOS MARCET, José María “Periodismo de filtración, periodismo de investigación”, en: Zer. Revista de Estudios de Comunicación, nro. 2, mayo de 1997,< www.ehu.es/zer. Recuperado 23 de Agosto del 2016

Castillo, A., y Cabrerizo, J. (2005). Formación del Profesorado Educación Superior. Desarrollo Curricular y Evaluación. Vol. II. Editorial Mc Graw – Hill.

Castro Silva. (1977). Bases para la enseñanza de la metodología de la investigación científica. Revista de Pedagogía, (12), 67-101.

Faundes Juan. (2016). Ética y contexto del Periodismo de Investigación. Recuperado <https://desocultar.files.wordpress.com/2010/04/faundes.pdf>

Ferrer Escalo Argelia (2016) Periodismo Científico y desarrollo en América Latina. Recuperado <https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2002/tdx-1217104-145722/afe1de1.pdf>

Gaines, William, Periodismo investigativo para prensa y televisión, Bogotá, Tercer Mundo Editores, 1996.

KLEIN Darío. “El papel del periodismo de investigación en la sociedad democrática” en: Revista Razón y Palabra. N.º 22 julio, 2001.

MIRÓ QUESADA, Alejandro. El periodismo. Lima: Servicios especiales de edición S.A. (SED), 1991

Quezada, Montserrat (1997). Investigación periodística, Gedisa, El Salvador, 197 p

Reyes, Gerardo (1996).Periodismo de Investigación. Miami. Editorial Trilla

Safar Elizabeth (1991). Los desafíos de investigación frente a las prácticas en el universo de las comunicaciones. Centro Gumilla

Sierra Bravo, R. (1983). Ciencias sociales. Epistemología, lógica y metodología. Teoría y ejercicios. Madrid: Paraninfo.

Wimmer, R.D. Dominik, J.R. (1996). La investigación científica de los medios de comunicación. Una Introducción a sus métodos. Barcelona: Bosch.

009. MARCAS DE DISTRIBUIDOR: ALTERNATIVA COMERCIAL EN AUGE EN LAS COMPRAS DEL CONSUMIDOR GUAYAQUILEÑO.

Autores:

Eduardo Valarezo Paredes

Docente de la Facultad de Marketing y Comunicación de la Universidad Tecnológica ECOTEC.

Máster en Gestión Empresarial. evalarezo@ecotec.edu.ec – Ecuador

Natalie Barragán Castañeda

Docente de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo.

Máster en Administración de Empresas mención en Marketing y Recursos. nbarragan@uees.edu.ec – Ecuador

Katherine Calero Cedeño

Docente Facultad de Comunicación la Universidad de Especialidades Espíritu Santo.

Máster en Nuevas Tecnologías aplicadas a la Educación. kcalero@uees.edu.ec – Ecuador

RESUMEN

Este trabajo de investigación está dirigido al estudio de la creciente oferta de productos propuestos por el retail o canal de distribución. A estos productos se los conoce como “marca blanca”, pues pese a que son fabricados por empresas reconocidas en su industria, se comercializan bajo el nombre de la cadena o supermercado que se encarga de la venta.

En los últimos años, se ha visto un mayor interés de parte de los comercios por incursionar en este tipo de productos obteniendo una acogida favorable del consumidor. Por tanto, se realiza una investigación de campo para conocer las motivaciones de compra de estos productos, la participación de ellos dentro de la canasta, y la percepción general que poseen los consumidores respecto a las marcas blancas.

Partiendo de una investigación literaria donde se abordan conceptos, definiciones y referencias del comportamiento de mercado; la investigación desemboca en la aplicación de una metodología descriptiva a través de encuestas dirigidas al consumidor que llevan a concluir un tipo de estudio cualitativo cuyo objetivo conlleva a identificar la relación entre el comportamiento del consumidor frente a la oferta de productos de marca blanca de tiendas retail del mercado guayaquileño. Se puede evidenciar que el gasto que realizan los consumidores disminuye al considerar que no requiere inversión en la promoción.

PALABRAS CLAVES: marcas del distribuidor, marcas propias, marcas blancas, distribuidor, consumidor.

ABSTRACT

This research is aimed at studying the growing number of products supplied by the retailer or by the members of the distribution channels. These products are known as "white label" because although they are manufactured by renowned companies in their industry, are marketed under the name of the chain or supermarket that sells them.

In recent years, there has been an increased interest from businesses to venture into the commercialization of these products, since they got a favorable reception from consumers. Therefore, a field research was done to know the customer's motivations for purchasing these products, the participation in their purchases, and the general perception that consumers have regarding white label products.

This research starts addressing concepts, definitions and references of market behavior, and applies an exploratory descriptive methodology that uses consumer surveys that lead to the conclusion that this type of products is booming now in the way of doing shopping for the people of Guayaquil.

KEYWORDS: private labels, white label, distributor, retail, manufacturer

INTRODUCCIÓN

La importancia de diferenciar los productos genera la necesidad de una identificación distintiva entre ellos lo cual determina la preferencia ante una determinada marca. El papel de la marca es diferenciar el producto para facilitar la compra por parte del cliente, por lo que muchas empresas llegan a concentrar un alto porcentaje de su valor en este activo intangible. De este modo, en la industria del comercio minorista las marcas generan percepciones en los consumidores, influyen en la decisión de compra y consecuentemente en su fidelidad (Venturini, 2012).

Al hablar de "marcas blancas", nos referimos a los productos que son vendidos bajo la "marca del distribuidor", como también se los llama. En mercados en crisis, las marcas propias de los canales de distribución representan una alternativa valiosa para optimizar el gasto en la canasta de compras. Según una publicación de diario Expreso (2015), se cree que en la actualidad el porcentaje de compra hacia estos productos va en aumento, porque el consumidor tiene más facilidades para establecer comparaciones entre productos; además, cuenta con información y toma decisiones más analizadas.

El presente trabajo abordará un estudio sobre principios conceptuales de marca, el papel de las marcas en la selección de compra, y sus diversos tipos, así como el comportamiento del consumidor frente a estas "marcas de distribuidor". Finalmente se presenta un estudio basado en encuestas que permitirá conocer la

percepción de los consumidores guayaquileños actualmente. De manera objetiva, el estudio pretende conocer:

1. La proporción de compradores que hoy en día ya consumen las marcas de distribuidor
2. Los motivos de compra que impulsan al consumidor a optar por una “marca blanca”. De manera complementaria, los aspectos a los que el cliente le da valor para evaluar la compra de un producto de este tipo.
3. La disposición de compra futura del consumidor hacia productos de marcas blancas.

MARCO TEÓRICO

Definición de marca y tipos de marcas

Según la American Marketing Association una marca es “un nombre, término, diseño, símbolo, o alguna otra característica que identifique el bien o servicio de un vendedor y lo que lo diferencie de otros vendedores” (AMA, American Marketing Association, 2016). De tal manera que, a través de una buena gestión de marca, las empresas buscan la diferenciación y el posicionamiento de sus productos y/o servicios en la mente de los consumidores. Adicionalmente, esta estrategia de gestión de marca permite diferenciar a una empresa de las demás dentro del sector en el que esta compite.

Marcas Blancas, marcas de distribuidor o marcas propias

El origen de las marcas blancas tiene varias teorías. Ciertos autores afirman que se originan en una Alemania golpeada por la segunda guerra mundial. No obstante, la mayoría concuerda en que la práctica se aplica por los años sesenta en Estados Unidos, como una estrategia para los llamados productos denominados commodities. Estos eran artículos básicos, envasados en contenedores blancos con etiquetas muy simples en las que sólo aparecía el nombre genérico de la mercancía: azúcar, arroz, o harina; de modo que comienzan a crearse cadenas de distribución de marca blanca (Florensa, Fradera, & Frau, 2009).

Sin embargo, estos productos ganaron popularidad y con ello la necesidad de mejorarlos para hacer que el producto sea más competitivo con las marcas líderes. Hoy por hoy, las marcas blancas usan envases más atractivos, etiquetas, contenidos entre otros. Por lo tanto, en los productos de marca blanca se “identifica únicamente la categoría de producto, o el nombre genérico del mismo, que puede en ocasiones incluir el nombre del distribuidor que lo comercializa” (Paulwell, 2011).

En el argot comercial se denomina Marca de Distribuidor o Marca Propia a las marcas de propiedad del distribuidor o tienda detallista que la comercializa, de

manera que se utilizan para impulsar los productos que para el distribuidor fabrican en exclusiva otras empresas.

Marcas de Distribuidor en el Ecuador

Según lo expresado por Diario Expreso, 2015:

El nacimiento y el desarrollo de las “marcas de distribuidor” en el Ecuador se dio en los años ochenta. Las cadenas de supermercados Supermaxi y Mi Comisariato han incorporado estos productos en su oferta, vendiendo productos fabricados y envasados por terceros, bajo su propio nombre.

Su propuesta es el resultado de la concentración en la distribución que tienen estas grandes cadenas comerciales, lo cual implica que las grandes empresas tienen el poder para solicitar la elaboración de los productos de marca blanca.

A través del contacto directo con el consumidor final, estas cadenas comerciales logran conocer con mayor acierto los deseos y necesidades del consumidor, lo que les confiere el control en la relación comercial y el poder de negociación suficiente para demandar de los fabricantes una gama de productos con su marca propia.

Las grandes cadenas comerciales del Ecuador han construido, por medio de su nombre y de su emblema, una marca. Lo que les ha permitido posicionarse en la mente del consumidor de acuerdo a los atributos y beneficios diferenciales que a estos les brindan. De tal modo que, han generado en sus locales un tráfico de consumidores con un perfil determinado, para quienes presentar una oferta de productos con marcas propias.

La Corporación Favorita, en su página web, expresa:

Se ofertan tres marcas propias: Supermaxi, AKÍ, y La Original. En la cartera de estos productos, los de mayor aceptación son: papel higiénico, pollos, mariscos y pescados congelados. El 99% de los fabricantes de marca propia Supermaxi, AKÍ y La Original son ecuatorianos. El Departamento de marca propia de Corporación Favorita trabaja con 71 proveedores nacionales.

Características de las marcas de distribuidor

La principal característica de las marcas de distribuidor para atraer a los consumidores es la requerida relación calidad -precio que brinda valor a los consumidores. De esta manera, para el cliente, la ventaja fundamental de las

marcas blancas es el precio, más competitivo que el de la marca de fabricante, con una calidad similar que queda garantizada por el propio establecimiento comercial.

¿Por qué estos productos son más baratos? Primero, porque su precio no soporta los gastos en publicidad y marketing que sí cargan las marcas líderes. Segundo, porque los distribuidores presionan a los fabricantes para que fabriquen más barato y, como encargan enormes cantidades, el producto se abarata. Además, algunos proveedores se han especializado hasta tal punto en estas marcas que instalan sus plantas de producción cerca de los grandes centros de distribución; de esa forma ahorran en el transporte de mercancías. (Gallastegui, 2008)

La crisis económica impulsa el éxito de las marcas de distribuidor, especialmente para líneas de productos básicos. Para ciertas cadenas de retail de alimentos representan el 40% del volumen de ventas de los productos de alimentación y limpieza. (Grupo El Comercio, 2014).

El comportamiento del consumidor ante las marcas de distribuidor

Los cambios en la conducta del consumidor en la última década, responden no sólo a un tema de preferencias por innovaciones de productos, sino a formas de adquirirlos, canales de distribución y factores que priorizan para su compra. En este contexto, las marcas de distribuidor distan de lo que en sus inicios fueron (marcas consideradas de baja calidad). Poco a poco esta idea ha ido cambiando y actualmente estas marcas son positivamente valoradas por el mercado por lo que son catalogadas de la misma o una mejor calidad que las marcas líderes a un precio más accesible (Paz, 2013).

Otro cambio importante en la actualidad es que los productos de marcas blancas han dejado de ser adquiridos solo por los consumidores de rentas bajas. Hoy la adquisición de marcas de distribuidor responde a la necesidad de los “consumidores inteligentes”, que desean maximizar el rendimiento de su dinero, y no a un tema de nivel económico.

Por lo antes expuesto, se suma el cambio de paradigma, pues se creía que los artículos en promoción y las marcas propias, eran únicamente comprados por los clientes que mostraban más interés en el precio. Sin embargo, en países de economías saludables y con menor impacto de pobreza se ha comprobado que la preferencia por este tipo de productos se mantiene en auge, ratificando lo estimulante que resulta para un comprador adquirir productos de calidad óptima a precios convenientes. (Paz, 2013).

En España, el 17% de las ventas de supermercados e hipermercados son ventas promocionales y, se eleva si hablamos de alimentos envasados superando el

35%. La promoción de ventas es un elemento comunicacional efectivo, que muchas veces compensa la ineficacia de la publicidad, la gran competencia que hay en los mercados de consumo, y los cambios en las motivaciones de los consumidores (Paz, 2013). En este sentido, las promociones de venta resultan ser un catalizador por su efectividad al momento de definir una compra en el punto de venta. Las emociones juegan un papel muy importante porque al ver las posibilidades de ahorro que ofrecen las marcas blancas, producen una reacción favorable; es decir, un deseo de compra.

Marcas de distribuidor, una oferta creciente en el Ecuador

De acuerdo a un artículo publicado a un estudio realizado por la consultora IPSA Group (actual Nielsen) en 800 hogares de Quito y Guayaquil, la penetración de los productos de marca blanca es inferior al 5%. En categorías de alimentos como: aceite, margarinas, leche y pan se nota un crecimiento. En el 2010, el aceite tenía un 3.5% de penetración, pero el año pasado aumentó ligeramente al 3.8% (El Comercio, 2012). Sin embargo, el fenómeno de ofrecer productos con marca propia, no es una estrategia exclusiva de los grandes supermercados. Firmas como Corporación GPF (dueña de marcas como Fybeca, entre otras) o centros de estética como Esperanza Ferrá Soto han iniciado el reto de comercializar productos bajo su propio sello. Lo han logrado a través de alianzas con laboratorios o industrias locales para fabricar sus propios productos. La principal motivación de este repunte ha sido la de diversificar la oferta y solucionar el problema de abastecimiento que se generó desde el año pasado, con la restricción a las importaciones. (Diario Expreso, 2015)

La reacción de los empresarios al no poder importar como antes y satisfacer la demanda de sus clientes ha provocado que los gestores de centros conocidos como Fybeca y Esperanza Ferrá Soto se decidan a desarrollar productos de marcas propias.

Por otro lado, en el contexto económico actual, ¿qué motiva al consumidor optar por estas marcas? Para varios clientes de Mi Comisariato: “adquirir productos con la marca de distribuidor les resulta mejor, ya que como son más baratos se ve un ahorro, por lo cual se pueden adquirir más productos” (El Comercio, 2012).

A continuación se presenta un estudio de campo que pretende dar sustento a los conceptos y teorías de los expertos en el campo del retail y el marketing. La idea es exponer las preferencias de compra del consumidor guayaquileño y sus motivaciones, respecto a las marcas.

METODOLOGÍA

La investigación de campo se realiza en la ciudad de Guayaquil aplicando una encuesta al comprador de productos de supermercado.

El tamaño de la muestra para la encuesta parte de que en Guayaquil hay 600,815 viviendas, por lo que se considera que existe un comprador por vivienda. (INEC , 2011) y se aplica la fórmula de cálculo muestral para poblaciones conocidas, con un nivel de confianza de 90% (Valor $z= 1,65$), tenemos como muestra para este estudio un total de 272 encuestas.

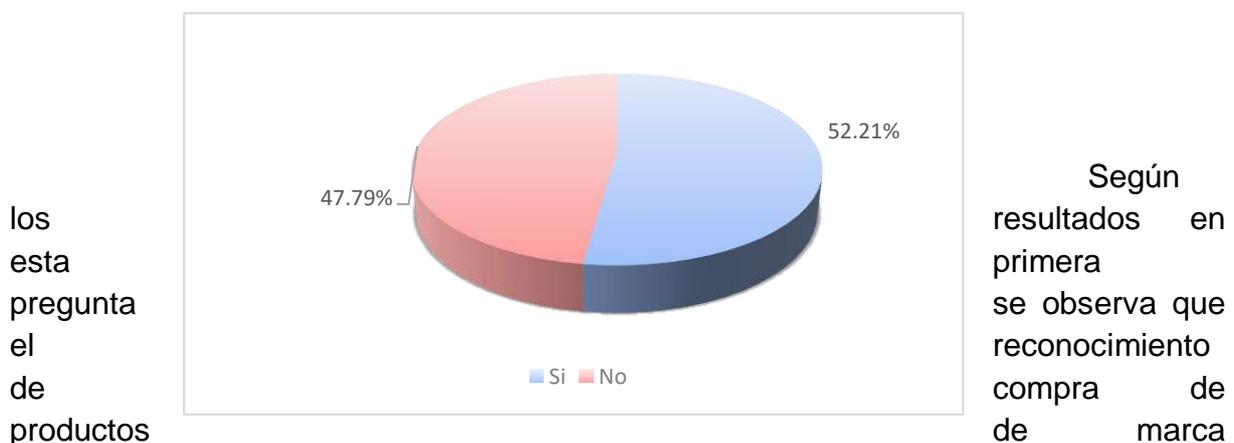
La herramienta de investigación usada para el levantamiento de la información es el cuestionario, debido a que es un instrumento de recogida de información utilizado en la encuesta y cumple con la función de recoger las respuestas de manera bastante precisa. Se conforma en su mayor parte de preguntas cerradas, pudiendo contener también preguntas semi-cerradas o abiertas (Martín, Castillo, & Ángel., 2009.).

ANALISIS DE LOS RESULTADOS

A fin de conocer el porcentaje de guayaquileños que consumen marcas blandas y de establecer la preferencia y a la vez la percepción de la comunidad por ciertos productos, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los consumidores, que acudieron a los diferentes supermercados de la ciudad para conocer sus preferencias a la hora de adquirir los productos para el hogar. La encuesta se aplicó entre los meses de marzo y abril de 2015.

Figura 1. Pregunta 1: ¿Ha comprado productos de marcas blancas?

Fuente: (Sáenz, 2015)



blanca está dividido prácticamente a la mitad. Vale aclarar que previamente se explicó a los encuestados qué es una “marca blanca”, de modo que la respuesta registre un dato real.

Figura 2. Pregunta 2: ¿Cómo valora a las marcas blancas?
Fuente: (Sáenz, 2015)

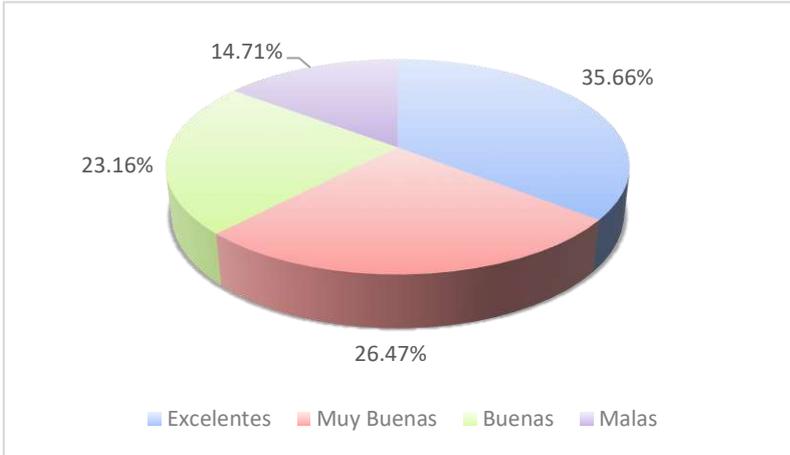
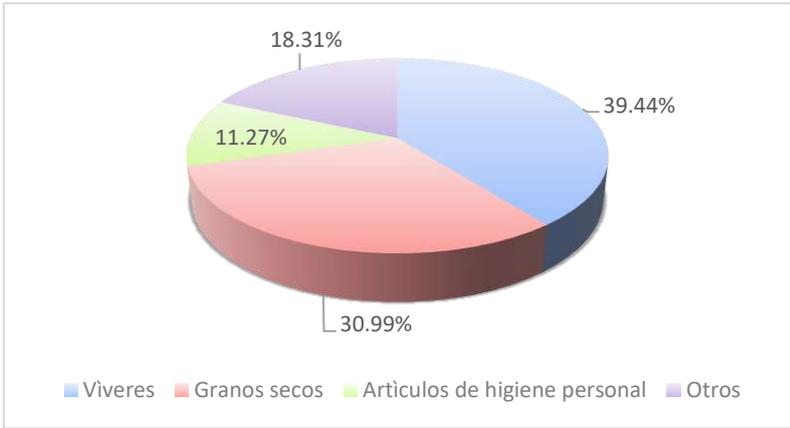


Figura 3. Pregunta 3: Si su respuesta fue positiva en la pregunta 1, indique: ¿Qué categoría de productos de marcas blancas ha comprado?
Fuente: (Sáenz, 2015)



Respecto a la valoración que le dan a los productos de marca blanca, la mayoría de los encuestados le otorgó una calificación positiva en más del 62% (para Excelente y Muy Buena). Tan sólo el 14,7% las calificó como malas. Esto hace

congruente el auge que la venta de marcas blancas ha tenido en los retail, y sustenta su expansión.

De las 142 personas que aseguraron que sí han comprado productos de marca blanca (en la pregunta 1) se observó que el 39.44% de ellos han adquirido víveres básicos como: carnes, pan, aceites y lácteos, mientras el 30.99% de los encuestados compró granos secos, el 11.27% optó por comprar productos de higiene personal. Finalmente el 18.31% no tiene una preferencia específica, sino que consumen el producto que más le convenga en el momento.

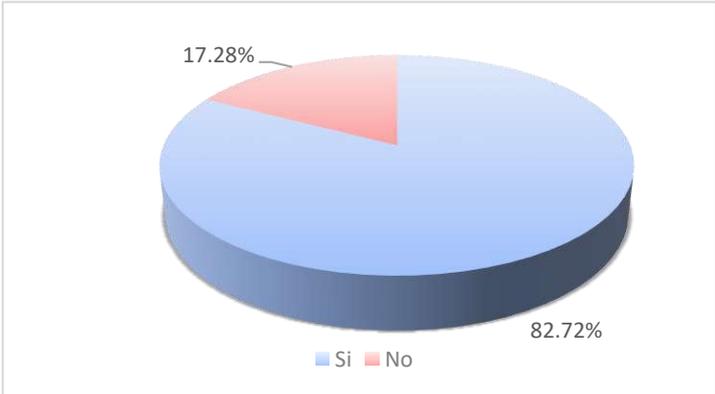
Figura 4. Pregunta 4: Al momento de comprar productos de marcas blancas, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?

Fuente: (Sáenz, 2015)



Partiendo de los consumidores que han comprado productos de marcas blancas, se les consultó a qué factor le dan mayor preferencia para decidirse a la compra de estos productos. Se nota que la relación calidad – precio, prima en su decisión, otorgándole porcentajes de entre 32% y 33% a cada una de ellas. Por otro lado, se observa que el elemento promocional no es tan fuerte, llegando sólo a influir en un 15,5% de los compradores

Figura 5. Pregunta 5: Usted como consumidor, ¿estaría dispuesto a seguir comprando (o compraría a futuro) productos de marcas blancas?



La disponibilidad de compra hacia los productos de marca de distribuidor o marcas blancas es mayoritaria, las respuestas positivas superan el 80%. Además se consultaron las razones para comprar, o no comprar que se resumen en las siguientes tablas.

ALTERNATIVA	%
Son de igual calidad de las marcas líderes	58.67%
Sus precios son aceptables para la canasta básica familiar	30.22%
Otros	11.11%

Tabla 1. Razones para comprar productos de marca blanca
Fuente: (Sáenz, 2015)

ALTERNATIVA	%
Son de baja calidad	57.45%
Prefiere lealtad a las marcas líderes	36.17%
Otros	6.38%

Tabla 2. Razones para no comprar productos de marca blanca
Fuente: (Sáenz, 2015)

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego del análisis conceptual del significado de la marca, su influencia y la evolución de las marcas de distribuidor, es notable que la tendencia de los canales de distribución a ofertar sus propios productos está en auge y que responde a un llamado del modelo de negocio retail a nivel global. Por ende, nuestro país no está exento de esta propuesta, ni los consumidores locales son ajenos a los cambios que se dan en la dinámica comercial. Especialmente en una época de dificultades económicas para empresas y consumidores, las alternativas se valoran con mayor cautela y racionalidad.

El estudio de campo confirmó que hoy por hoy, las marcas de distribuidor o marcas blancas ya son una alternativa importante en la canasta de compras de los consumidores. Se observó que la mayoría de los consumidores tienen un buen concepto sobre los productos de marcas de distribuidor. En resumen se puede puntualizar lo siguiente:

- Más de la mitad de los encuestados reconoció haber adquirido alguna vez algún producto de este tipo
- Se observó que los consumidores le dan una valoración muy positiva a los productos de marcas de distribuidor, siendo aceptadas por ellos,

adquiriéndolas principalmente en los productos de consumo masivo como víveres y granos secos.

- El principal impulsor de compra para este tipo de productos es la relación calidad-precio. Lo que afirma que el sentimiento que genera una acción de “comprador inteligente” es altamente motivante para el consumidor.
- Más del 80% de los encuestados manifiesta comprar o seguir comprando marcas blancas en el futuro. Con esto se da respuesta a los objetivos específicos del estudio. Definitivamente existe una clara disposición a la compra de productos de marca propia. Para complementar este hallazgo, se corrobora que los clientes de hoy están mejor informados y evalúan los productos bajo otros parámetros además de imagen, pues perciben a los artículos de marca blanca como artículos de similar calidad a los de una marca líder.
- Por otro lado este trabajo de investigación demuestra que, aunque en menor proporción, existen personas que desconocen lo que es una marca blanca o una marca de distribuidor, o simplemente no están dispuestas a consumirlas porque les genera una percepción de inferior calidad.

Finalmente se recomienda a los canales de distribución generar estrategias de apoyo para impulsar la demanda de estas marcas, tomando en consideración, información que denote la ventaja calidad-precio, que ofrecen los productos de marca blanca. Finalmente, no hay que descuidar acciones propias del punto de venta que den vistosidad y despierten el interés del comprador indeciso.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- AMA, American Marketing Association. (27 de agosto de 2016). *Dictionary*. Obtenido de AMA, American Marketing Association: <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx>
- Corporación Favorita. (31 de agosto de 2016). *www.corporaciónfavorita*. Obtenido de <http://www.corporacionfavorita.com/portal/es/web/favorita/marca-propia>
- Diario Expreso. (18 de Octubre de 2015). Las marcas propias UNA TENDENCIA QUE EVOLUCIONA. *Diario Expreso*.
- El Comercio. (07 de 09 de 2012). *Diario El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/empresas-apuestan-a-marca-propia.html>
- Florensa, S., Fradera, C., & Frau, M. (2009). *Universidad Pompeu Fabra*. Obtenido de Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.: <http://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/5269/Marcas%20blancas..pdf?sequence=2>
- Gallastegui, I. (08 de diciembre de 2008). *ideal.es*. Obtenido de Compras en blanco: <http://www.ideal.es/almeria/20081208/mas-actualidad/sociedad/compras-blanco-200812080848.html>
- Grupo El Comercio. (18 de Septiembre de 2014). *www.ultimasnoticias.ec*. Obtenido de <http://www.ultimasnoticias.ec/noticias/23304-%C2%BFQu%C3%A9-es-un-art%C3%ADculo-de-marca-blanca>
- INEC . (2011). Resultados del Censo 2010 de la población y vivienda en el Ecuador. *FASCÍCULO PROVINCIAL GUAYAS*, 3.
- Martín, G., Castillo, S., & Ángel., M. (2009.). *Diccionario de dirección de empresas y marketing*. España: Ecobook - Editorial del Economista.
- Paulwell. (5 de Noviembre de 2011). *Paulmarketing*. Recuperado el 16 de Marzo de 2015, de <https://pullmarketing.wordpress.com/2011/11/05/la-marca/>
- Paz, C. (26 de Abril de 2013). *Prezi*. Recuperado el 16 de Marzo de 2015, de <https://prezi.com/ckt26f7netkh/el-comportamiento-del-consumidor-ante-la-promocion-de-ventas-y-la-marca-de-distribuidor/>
- Sáenz, A. M. (Mayo de 2015). Las marcas blancas y su participación en las compras del consumidor guayaquileño. *Trabajo de Titulación de carrera*. Samborondón, Guayas, Ecuador: Universidad de Especialidades Espiritu Santo.
- Venturini, F. (2012). *Universidad de Salamanca*. Obtenido de gedos.usal.es/.../DAEE_SouzaFustinoniVenturiniMarianade_Tesis.pdf

010. ESTRATEGIA DE MARKETING FERIAL PARA IDENTIFICAR LOS MERCADOS POTENCIALES EN NEGOCIOS COMUNITARIOS: CASO FERIA GASTRONOMICA “PLAYA SANTA MARIANITA”.

Autor:

Econ. Irene Palacios Bauz, Msc.

Docente Facultad de Marketing y Comunicación Universidad Tecnológica ECOTEC

lpalacios@ecotec.edu.ec

Guayaquil – Ecuador

Resumen

Los negocios comunitarios en el transcurso del tiempo han establecido distintas maneras de atraer a sus clientes, desde promociones hasta las ferias, sin conocer claramente cuál es su mercado potencial o cliente meta, gastando tiempo y fuerzas publicitarias sin una dirección específica. El objetivo de este artículo es identificar las características de los clientes potenciales, conocer el segmento a cual se dirigen estos negocios, tomando la estrategia del marketing ferial como ayuda a la obtención de la información. En el caso de estudio: la Feria Gastronómica Playa Santa Marianita, la metodología utilizada se divide en 3 fases, en la primera se establece la planificación del evento, en la segunda se implementa todas las acciones que se planificaron previamente, y en la tercera fase se realiza el monitoreo o análisis de los resultados de la feria. Por medio de instrumentos como la encuesta se obtienen las características de los clientes potenciales.

Palabras clave: Marketing Ferial, Feria, comunidad, mercado potencial.

Abstract

Community businesses over time have established different ways to attract customers , from promotions to fairs , without knowing clearly what your potential client or target market , spending time and advertising forces without a specific address, the purpose of this research is to identify the characteristics of that market , meet the segment to which these businesses are run , taking the strategy of fair marketing as an aid to obtaining information in the case study Food Fair Playa Santa Marianita , the methodology used divided into 3 phases where the first planning the event is set , the second all actions previously I plan is implemented , and the third phase monitoring or results of the fair is held , through survey instruments and visitor counting the characteristics of potential customers is obtained.

Keywords: Marketing fair, fair, community, market potential.

1. INTRODUCCIÓN

Los dueños de negocios realizan diferentes actividades de mercadeo para captar la atención de los clientes, desde promociones en el punto de venta, publicidad en varios medios, activaciones, relaciones públicas, ferias entre otros eventos siendo el objetivo primordial de estas acciones el incremento de las ventas.

Por tal motivo los diferentes emprendimientos buscan como una opción las ferias para poder identificar a los posibles clientes, en esta investigación el objetivo planteado es identificar los mercados potenciales para los emprendimientos gastronómicos de la playa Santa Marianita, a través de estrategias basadas en el marketing ferial. Como lo describe Moreno (2014) “Uno de los problemas dentro de la playa es que requiere una gestión de marketing efectiva, quiere decir lograr el cambio de proyección que tienen los habitantes ecuatorianos, principalmente moradores cercanos a la zona, como la ciudad de Guayaquil (p. 18).

Por otra parte en un estudio realizado en la playa Santa Marianita se identificó que el 64% de los visitantes consideran que no se encuentran satisfechos con los servicios. Así mismo los dueños de los negocios no saben cómo satisfacer las necesidades de estos visitantes porque no han identificado el perfil de su mercado potencial por lo que no han podido plantear estrategias adecuadas para los mismos (Molina, 2014).

Para la investigación es primordial mostrar los fundamentos teóricos que determinan el uso de las ferias como mecanismo de identificación de mercados potenciales (o segmentos potenciales o mercados meta), analizar la situación actual de los negocios gastronómicos de la comunidad de Santa Marianita y proponer las estrategias competitivas que debería seguir los negocios gastronómicos para su posicionamiento en los mercados meta.

1.1 La definición de feria

La feria siendo una de las herramientas de mercadeo más antigua tiene su origen en la Edad Media, en donde los comerciantes se instalaban en un lugar específico para vender sus productos, utilizando solo su creatividad para atraer a los clientes. Esta actividad ha ido evolucionando en el tiempo y en la actualidad se la considera como una estrategia que es definida en un plan de marketing.

Sarmiento (1995) expresa “Las ferias se van transformando de “ferias-mercado” a “ferias de muestras”, lo que significa que los contactos y las ventas son realizados sin mover las muestras expuestas durante la feria” (p.126) por lo que se considera en la actualidad a la feria como la estrategia de marketing más efectiva. Los primeros cambios fueron aplicados en la feria general de Leipzig en 1894, considerada la primera feria moderna.

Desde el punto de vista etimológico. Rodríguez (2013) expresa que “la palabra feria procede del latín feria, pero se utilizaba principalmente en plural: feriae”. (p.90). Los romanos la utilizaban para designar los días festivos o días de vacaciones, generalmente la consideraban días de cese de actividades civiles porque lo que la dedicaban al culto religioso y a los festejos que lo acompañaban, en estos días los mercaderes se reunían afuera de los templos aprovechando las multitudes y el ambiente para vender y comprar productos.

Por otra parte en el Diccionario de la Real Academia Española, define feria como “Mercado de mayor importancia que el común, en paraje público y días señalados”, otra definición dentro del diccionario establece que es “Instalación donde, se exponen los productos de un solo ramo industrial o comercial, como libros, muebles, juguetes, etc., para su promoción y venta”.

Según Sagastume (2012). “Una feria, es un punto de encuentro entre la oferta (prestadores de servicios y productos) y la demanda (compradores o consumidores) de una aldea, municipio, región, país o inclusive romper las fronteras y acercarse a nuevos posibles demandantes a nivel internacional”. (p.12), siendo un evento en donde se establecen transacciones a corto o a largo plazo, beneficiando el desarrollo de una región por medio de estas actividades comerciales.

1.2 Las ferias como oportunidades del mercado.

Las ferias ofrecen una serie de oportunidades para las Pymes, desde aspectos comerciales como; lograr alianzas estratégicas, obtener información de contactos como proveedores y socios, incremento en las ventas, promover el desarrollo de la empresa, hasta aspectos mercadológicos como; conocer el mercado y sus competidores, evaluar el comportamiento de compra de los clientes, determinar clientes potenciales, promocionar los productos o servicios, posicionar la marca, desarrollar valor agregado entre otros puntos.

Sagastume (2012) establece en la gráfica No 1. las oportunidades que ofrece la feria para los micro, pequeños y medianos negocios.

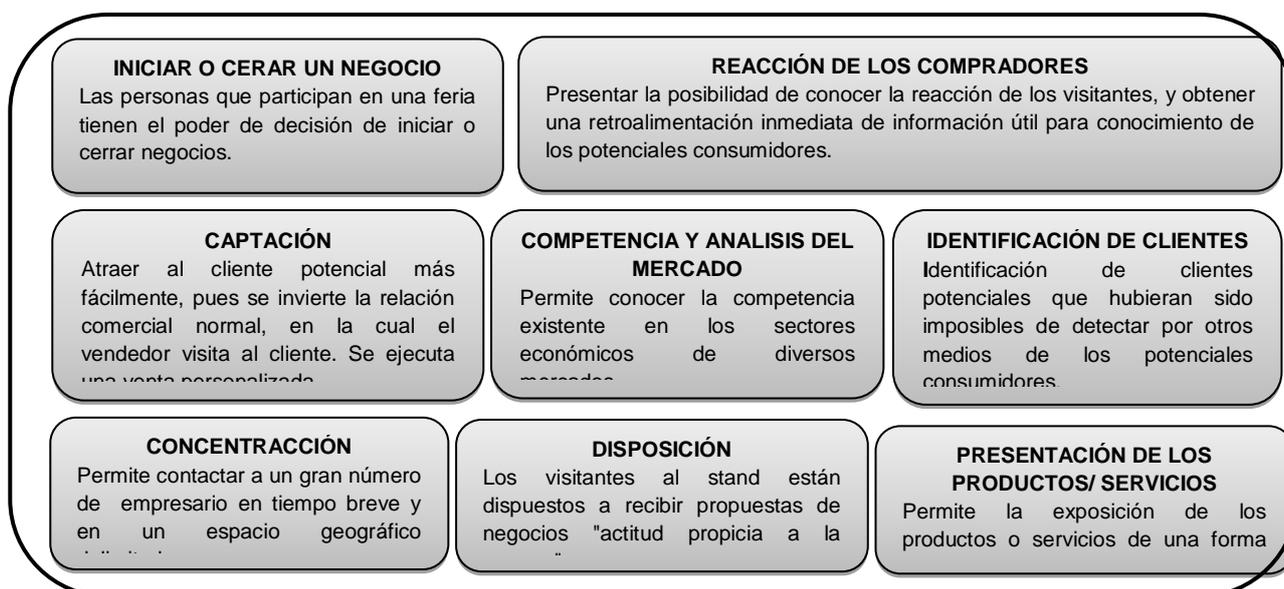


Gráfico 1. Oportunidades que ofrece la feria para los micro, pequeños y medianos negocios

Fuente: Elaboración propia basado en el manual de promoción de la microempresa, pequeña y mediana empresa de Guatemala.

Otros autores como Mesonero y Garmendia (2004) también identifican las ventajas de la feria como estrategias de mercadotecnia, se puede observar en la Tabla No 2. estos aspectos que destacan para el desarrollo de los negocios.

Tabla 2. Ventajas de las ferias como estrategias de mercadotecnia

Existencia del público objetivo mostrando predisposición hacia los productos allí presentados
Coste de venta inferior a otras modalidades comerciales.
Permite la exposición tridimensional de los productos (ver/oir/tocar) y el contacto personal entre proveedor/ cliente/ usuario.
Posibilita la combinación simultánea de funciones tan diversas como la promoción comercial, la comunicación publicitaria, las acciones de venta, las relaciones públicas y la investigación de mercado.
Facilita la observación de la actuación de la competencia así como la obtención de información sobre la misma.
Permite realizar demostración del producto.
Oportunidad para establecer relaciones con decisores claves entre compradores.
Mejora el proceso de introducción de nuevos productos en el mercado.
Posibilita a empresas de tamaño reducido de competir en igualdad de condiciones con empresas de mayor tamaño.
Permite actuar sobre distintas fases del ciclo de compra.

Fuente: Elaboración propia

Según estos autores "la participación en la feria implica para el expositor tomar decisiones relacionadas con los elementos integrantes del Marketing Mix", considerando que en la variable producto se define los productos a exponer, su

marca, las características físicas incluidas el packaning, diseño y especificaciones del producto.

Con respecto al precio y a la distribución, las ferias son un fenómeno de aceleración de las ventas ya que el proceso se hace más ágil y se optimiza la relación coste de venta/cliente, también se establecen sistemas de negociación por volumen o por formas de pago, considerando los costos por transporte, seguros, almacenaje entre otras.

La publicidad o comunicación en la feria se realiza de manera directa, siendo un sitio de intercambio de información entre empresa- cliente, por lo tanto se puede instaurar lazos estratégicos entre los oferentes y demandantes que asisten al evento.

1.3 Marketing Ferial

Coor (2013) indica que “el marketing ferial es un instrumento indispensable para la penetración, investigación o asentamientos en los mercados, de ahí la importancia de organizar correctamente la participación en estos certámenes”.

Otros autores como Le Monnier (2000) define el Marketing Ferial como “el análisis, planificación, organización, desarrollo y control de las diferentes acciones que permiten alcanzar los objetivos marcados por las organizaciones expositoras, así como la posterior evaluación de los resultados obtenidos”.

Siguiendo una programación adecuada en cada fase (Fase 1: Planificación/organización, Fase 2: inauguración, Fase3: medir el impacto) de la implementación de la feria se podrá obtener los resultados deseados por las empresas.

Un aspecto importante a considerar dentro de las estrategias del Marketing ferial es según Melcior Guilera de Produccions es que las ferias tienden a masificarse, por lo que las empresas se encuentran obligadas a ser más creativos a la hora de realizar este evento. La creatividad es un factor clave para captar la atención de los clientes y generar tráfico en el stand, la creación de un concepto que distinga a la empresa, su imagen corporativa y que influya en las decisiones de compra de los consumidores.

En un estudio realizado por MCI en España (2006) expresa que los eventos más frecuentes utilizados son en primer lugar las ferias con un 85% seguidos de conferencias/ seminarios, convenciones, lanzamientos de productos entre otros.

La efectividad de las estrategias realizadas dentro del marketing ferial se puede medir de diferentes maneras, un análisis de las aportaciones de diversos autores en este campo, determina que esta medición puede ser de varios tipos. Mediciones de carácter económico, como la determinación del ROI de la inversión ferial.

Mediciones de carácter no económico, como la generación de ventas o nuevos contactos.

Por otra parte Pagès Cristina de Epson (2006) realiza una valoración cualitativa y cuantitativa de los visitantes a la feria y sobre todo a su stand, dentro de los puntos cualitativos se encuentra el personal , comportamiento de clientes y observación de la competencia, en lo que es cuantitativa a la cantidad de visitantes al stand, los contactos realizados, acciones comerciales iniciadas y apariciones en medios

1.4 Objetivos del Marketing Ferial

Para Begoña Masip (2013) refiere que lo primero es establecer unos objetivos, claros, medibles y por supuesto alcanzables, en donde se podrá tener una visión más clara de que es lo que queremos lograr con el evento.

También el plan promocional y publicitario es importante para lograr mayor tráfico en el evento, la expectativa puede ser un factor clave para un mayor número de visitas, un briefing completo para lograr un stand efectivo, que llame la atención, que comunique nuestro mensaje y nos diferencie de la competencia.

2 METODOLOGÍA APLICADA

Para cumplir con los objetivos propuestos dentro de la investigación se realizan 3 etapas en las cuales se busca determinar las características del mercado potencial, cada etapa constituye cumplimientos de objetivos que a su vez buscan el aporte a la investigación:

2.1 Primera Etapa

Organización y Planificación

En esta etapa se identifica la situación inicial del recinto, para esto en la tabla No 1 se observa el FODA, distinguiendo sus fortalezas turísticas poco conocidas de la zona.

Tabla No1 Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de gastronomía tradicional • Productos frescos para la preparación de los platos. • Ubicación cercana a Guayaquil. • Negocios con varios años de experiencia en preparación de alimentos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura turística. • Las cabañas no cuentan con servicios higiénicos. • Poco reconocimiento del sector. • Falta publicidad y promoción de la playa. • Falta organización de los dueños de los negocios.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Atractivo turístico, con recursos naturales de alto valor. • Realización de eventos anuales para el conocimiento del recinto. • Captar inversión municipal para cambiar el aspecto del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desastres naturales. • Animales callejeros (perros, gatos, entre otros). • Contaminación de la playa con los desperdicios de los visitantes. • Desinterés por parte de la comunidad de conservar la playa

Fuente: Elaboración propia

También en esta etapa se planifican actividades antes de comenzar el evento, siendo necesario de un coordinador general, que establezca acciones dentro de las tres etapas,

El equipo de trabajo para el evento se los agrupa por comisiones; comisión de logística, comisión de evaluación y monitoreo, comisión de promoción y publicidad, comisión para capacitaciones y asesores técnicos.

2.2 Segunda Etapa

Implementación de la feria

En esta fase se pone en marcha las acciones antes planificadas por las comisiones y se estima que al evento visitaran entre 800 a 1000 personas desde las 9:00 de la mañana hasta las 16:00 horas, obteniendo un incremento del 5% en las ventas

La feria como recurso turístico es apreciada por su carácter simbólico en la medida que actúa como identificador de pueblos y territorios y permite acercarse a la cultura de un modo más vivencial y participativo. La puesta en valor de este recurso está facilitando oportunidades a muchos territorios rurales, lo cual convierte el turismo en importante dinamizador de la economía y cultura de estos lugares. Armesto y Gómez (2004), con estas acciones se espera un incremento en la demanda en este sector, en especial los días sábados y domingos que son de reúnen familiar.

En la parte artística se destaca la presentación de artistas nacionales y se realizan juegos para adultos y niños.

2.3 Tercera parte

Monitoreo de las actividades.

En esta etapa se desarrolla una metodología para analizar la efectividad de las acciones propuestas en la feria, en donde se pueda cuantificar el ingreso del público y obtener información sobre la opinión de los visitantes a la feria.

Instrumento de monitoreo

Para la realización de esta fase se utilizó el método cuantitativo que mediante la aplicación de las encuestas reflejó un resultado numérico y una comprensión más clara y gráfica de la información obtenida.

Basados en observación y conteos informales e información brindada por la comunidad y el municipio, se estimó que Santa Marianita podía recibir ese día alrededor de 1000, por lo que este fue considerado el tamaño del universo.

La heterogeneidad se colocó al 50%, como corresponde al ser desconocida; el nivel de confianza al 95% y el margen de error al 5%, para validar el trabajo.

Para determinar el tamaño de muestra de la encuesta se utilizó la siguiente fórmula de análisis estadísticos:

$$N = \frac{n}{(E)^2(N-1) + 1}$$

N = Tamaño de la muestra

E = Coeficiente de error (0.05%)

n = Población universo

RESULTADO DE LA FÓRMULA:

$$N = \frac{1000}{(0,05)^2(N-1) + 1} = 400$$

Dentro de los resultados obtenidos se destaca que la mayoría de visitantes son de la ciudad de Guayaquil con un 42%, siendo los otros cantones como Samborondon, Salitre, Daule los que menor proporción, observando que la comunicación de la feria fue efectiva para el cantón Guayaquil.

Otro punto importante es el conocimiento que tenían los visitantes de la playa Santa Marianita, el 58% indican que ya conocían la playa pero un 42% era la primera vez que la visitaban, y detallan que esta actividad generará que regresen en un 96% de los encuestados.

En el conteo de personas se obtuvo información primordial para conocer el tráfico de personas, las horas de mayor concurrencia y las cabañas más visitadas, se contó 1543 personas en todo el recinto ferial, de los cuales la hora de mayor afluencia fue entre la 12:00 a 14:00 horas, las cabañas más visitadas fueron la número 20 por encontrarse cerca de los estacionamientos y frente a la playa.

Para emitir las conclusiones se utilizó también la observación y el método inductivo en el día del evento.

Concluyendo el perfil de los clientes potenciales tienen las siguientes características:

- Familias comprendidas de grupos de 3 a 5 miembros.
- Las parejas o matrimonios se encuentran en rango de edad de 26 a 46 años.
- La procedencia del mercado potencial es de la ciudad de Guayaquil.
- El comportamiento de estas familias es salidas los fines de semana a sitios fuera de la ciudad.
- La elección de los sitios a visitar de los clientes potenciales son los lugares al aire libre preferible contar con la naturaleza.
- La calidad de la comida y las instalaciones es esencial para el sitio que visitan.

Las características de este mercado potencial ofrecen muchas oportunidades de desarrollar estrategias que atraigan a más y más clientes; como se pueden observar el cuadro No 1.

Tabla No 1 Resumen de los factores claves

VENTAJAS COMPETITIVAS EN LOS MERCADOS	VALOR CLAVES EN LA FERIA SANTA MARIANITA
Existencia del público objetivo mostrando predisposición hacia los productos allí presentados	Público objetivo identificado, determinando una alta disposición de regresar al sector
Coste de venta inferior a otras modalidades comerciales.	Costo por feria: de 3 a 5 dólares el plato, constituyendo una promoción para atraer al cliente
Permite la exposición tridimensional de los productos (ver/oir/tocar) y el contacto personal entre proveedor/ cliente/ usuario.	Se realizó exhibición de los diferentes platos, con degustaciones para los visitantes.
Posibilita la combinación simultánea de funciones tan diversas como la promoción comercial, la comunicación publicitaria, las acciones de venta, las relaciones públicas y la investigación de mercado.	Se estableció mecanismos de conteo e investigación de mercado por medio de encuesta
Facilita la observación de la actuación de la competencia así como la obtención de información sobre la misma.	Dentro del sector se encontraban 23 restaurantes ofreciendo los mismos productos y cada uno destacándose con su servicio. Precio estable entre todos los negocios
Permite realizar demostración del producto.	Degustaciones y pruebas de los productos en cada negocio.
Mejora el proceso de introducción de nuevos productos en el mercado.	Ingreso de nuevos clientes en un 42%,

Conclusiones

Los emprendimientos comunitarios como se estableció dirigen todas sus fuerzas para atraer a los clientes, al culminar esta investigación se determinó que la playa Santa Marianita es poco conocida, por lo que no tiene un posicionamiento definido.

Los pasos acelerados de la globalización agudizan la poca existencia de atractivos turísticos, existiendo comunidades que plantean acciones de desarrollo dentro de sus recintos.

En el evento realizado se estableció que su mercado objetivo son las familias siendo los días de mayor afluencia los fines de semanas.

Este grupo objetivo consta de 3 a 5 miembros y requiere salir de la ciudad para encontrar un lugar que tenga atractivos turísticos destacables, sobre todo que cuente con la infraestructura adecuada para sus necesidades.

La variedad de comida también es un punto clave para la elección del sitio turístico, además de la calidad y el servicio de los negocios.

Bibliografía

- Hernandez E. (2010). Manual de organizadores de ferias. Recuperado de <http://es.slideshare.net/EmilioMartnHernandez/manual-de-organizadores-de-ferias>
- Lorenzo E. (2011) Marketing industrial, como medir el éxito de una feria. Recuperado de <http://www.intermedio.es/blog/que-tiene-que-tener-un-buen-plan-de-marketing-ferial/>
- Masip, B. (7 de noviembre 2013), ¿Qué tiene que tener un buen plan de marketing ferial?(mensaje en un blog). Recuperado de <http://www.intermedio.es/blog/que-tiene-que-tener-un-buen-plan-de-marketing-ferial/>
- Mesonero M. y Garmendia F. (2004). Comunicaciones integradas feriales o como planificar con éxito una feria industrial. Dirección y administración de empresas,1(11), 109-129.
- Molina, D. (2014). *Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en la playa Santa Marianita (La Fortuna) para la planificación de estrategias que permitan la satisfacción del visitante del Cantón Salitre, provincia del Guayas* (tesis de pregrado). Universidad Estatal de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Moreno,T. (2004). *Plan de desarrollo turístico de la playa de Salitre, provincia del Guayas, para fomentar el crecimiento económico de la zona* (tesis de pregrado). Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Navarro, F. (2001). Estrategia de Marketing ferial. Recuperado de <http://jcorrealm.blogspot.com/2011/02/marketing-ferial.html/>
- Rodriguez, A. (2013). Historia, definición y legislación de las ferias comerciales. Anuario Jurídico y Económico Escurialense, 46(1),449-466. Recuperado de [http://www.dialnet-HistoriaDefinicionYLegislacionDeLasFeriasComercial-4183934%20\(1\).pdf](http://www.dialnet-HistoriaDefinicionYLegislacionDeLasFeriasComercial-4183934%20(1).pdf)
- Sagastume, M. (2012). Manual de Promoción de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa de Guatemala. Programa de la microempresa, pequeña y mediana empresa en Guatemala -Promocap-. Recuperado de <http://www.negociosgt.com/archivos/1180376536.pdf>
- Sarmiento, M. (1995). El mercado de las ferias y exposiciones y otros viajes de negocios. Estudios Turísticos, 126 (1995), 191-210. Recuperado de

<http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-126-1995-pag191-210-74366.pdf>

Zambrano, R. (1 de Marzo de 2014). Santa Marianita oferta farra, playa de río y comida criolla. *El Universo*. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/03/01/nota/2257131/santa-marianita-oferta-farra-playa-rio-comida-criolla>

011. LA INCIDENCIA DEL USO DEL VISUAL MERCHANDISING EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE ROPA EN MUJERES DE 18 A 30 AÑOS EN TIENDAS DE LOS CENTROS COMERCIALES DEL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2015.

Autores:

Julio Francisco Baque Franco, juliobaque@outlook.com

Gabriela Esmeralda Gracia Reyes

RESUMEN

El presente ensayo tiene como propósito analizar la influencia del uso del visual merchandising en empresas de retail ecuatorianas ubicadas en los principales Centros Comerciales del sector norte de la ciudad de Guayaquil en el año 2016 y cómo esto afecta al consumidor en su decisión de compra de ropa de mujeres de 18 a 30 años; para lo cual se realizó una investigación exploratoria descriptiva usando múltiples herramientas como entrevistas, grupos focales y observación directa.

La información recopilada sirvió para definir las condiciones socioculturales, históricas y las herramientas principales que han mediado en la práctica del visual merchandising en cuanto a decoración de tiendas, escaparatismo y otras técnicas relacionadas y se identificó que dentro de la ciudad de Guayaquil existe escaso conocimiento sobre estas prácticas ya que las franquicias de tiendas internacionales son las que ponen en marcha planes de visual merchandising con mayor frecuencia. Además se describieron los principales beneficios que aporta el estímulo de los sentidos en las tiendas al aplicar el visual merchandising como una herramienta en su estrategia de decoración y se encontró que estas prácticas afectan de manera directa sus decisiones de compras por impulso. Finalmente se evidenció su pertinencia para las MyPIME's que persiguen como objetivo el incremento de sus ventas puesto que engendrarán resultados positivos.

Palabras claves: Visual Merchandising, Comportamiento del consumidor, Diseño de tiendas, Escaparate, Marketing Sensorial, Neuro Marketing.

INTRODUCCIÓN

Actualmente existen y coexisten gran cantidad de tiendas de ropa en el Ecuador que comercializan prendas de vestir para diversos colectivos sociales, atendiendo multiplicidad de modas y tendencias en especial las femeninas que son una de las más cambiantes en la historia. Según el INEC (2012) en las provincias de Pichincha, Guayas y Tungurahua se asientan el mayor número de establecimientos del sector textil. En Guayaquil existen tiendas especializadas en la venta de ropa para mujeres las cuales ofrecen diferentes prendas de acuerdo a sus necesidades. En estas tiendas se puede encontrar desde ropa deportiva hasta ropa de oficina o casual, sin embargo existen otras que se especializan solamente en ofrecer una línea de ropa específica.

Cada una de estas tiendas manejan distintos ambientes dependiendo del tipo de ropa que vendan por lo que se torna interesante investigar si estos ambientes los crean bajo el criterio del propietario o la realizan bajo una indagación previa sabiendo en donde colocar las perchas en donde pintar de cierto color, que aroma usar, o que género de música es el ideal para hacer sentir cómodo al cliente. Explica el Arq. Fernando Almeida para Diario El Comercio (2015) que “la buena o mala decoración de un local puede decidir el éxito o el fracaso de un almacén. Si la tienda no despierta el interés, el negocio está en problemas”. Mientras que Rodney Verdezoto indicaba que se debe tener en consideración parámetros como el valor estético, funcional y ergonómico, el uso de materiales o la aplicación del color ya que “son las nuevas estrategias de ‘merchandising’, las cuales ayudan a que el local diseñado dé resultados positivos en ventas”.

Cada vez son más las empresas de retail interesadas en estas tendencias de adecuar tiendas de manera llamativa y destacada para atraer a los clientes. En la ciudad de Guayaquil vemos algunos referentes como Optimoda que utiliza el marketing olfativo¹ para realzar el ambiente del establecimiento o De Prati que en la apertura de su nueva tienda en el centro comercial Policentro optó por una remodelación total del concepto que manejaba antes en su tienda ubicada en el mismo lugar según informó Priscilla Altamirano, vicepresidente comercial de la firma para Diario El Universo (2015). Por otra parte, Stradivarius, tienda que pertenece al grupo multinacional Inditex S.A. que tiene presencia en el Centro Comercial San Marino, se caracteriza por tener un concepto europeo de una tienda abierta al ubicar las prendas sobre mesas jugando con los colores y música con significancia y acorde al target y luces en puntos estratégicos para despertar mayor interés.

¹El Marketing Olfativo es una herramienta DE MARKETING SENSORIAL que consiste en utilizar aromas específicos en un entorno con el fin de provocar emociones que influyan en el comportamiento y estado de ánimo de las personas logrando así mayores ventas y fidelidad de marca. (SENSAI, n.d.)

Lo expuesto anteriormente despierta el interés de los investigadores, quienes se plantean la siguiente pregunta de investigación: ¿cuál es la incidencia del uso del visual merchandising en el comportamiento de compra de ropa en mujeres de 18 a 30 años en tiendas de los centros comerciales del sector norte de la ciudad de Guayaquil en el año 2016?

DESARROLLO

Merchandising

En cuanto a merchandising la Academia Francesa de Ciencias Comerciales (2016) lo define como parte de la comercialización incluyendo estudios y técnicas utilizadas, individual o conjuntamente, por los distribuidores y productores, lo que permite aumentar la rentabilidad en el punto de venta y la venta de productos basados a los requerimientos del público y la adecuada exhibición. Los principales medios de merchandising son: información comercial, gestión de mercancías, la gestión del espacio, la aplicación de los rayos y el flujo de tráfico en la tienda, la promoción en el punto de venta, publicidad en el lugar de venta, la optimización de la ganancia y el control de los resultados.

Por otra parte la Asociación Americana de Marketing (2016) dice que el merchandising es un término, de muchos significados variados y generalmente no adoptados. Puede referirse a las actividades de promoción de los fabricantes que producen afiches en las tiendas, o identificar las decisiones sobre el producto y la línea de productos de los minoristas.

Así mismo el Instituto Francés de Merchandising (2016) dice que esta práctica tiene como objetivo orientar al *shopper*, aligerar el recorrido del cliente, poner el producto de valor para suscitar el deseo de compra y facilitar el acto de compra. Para un merchandising eficaz, es importante focalizar sus compradores, definir una estrategia de merchandising y adaptar la estrategia a las limitaciones del punto de venta.

En acuerdo con las instituciones antes mencionadas se puede afirmar que hoy en día el consumidor ha tomado protagonismo dentro de las organizaciones por lo cual resulta obligatorio intentar explicar algunos principios básicos de su comportamiento de compra. Según Cueva, Camino, y Ayala (2013) el comportamiento del consumidor ha surgido de la sombra de otras disciplinas como la psicología (estudio del individuo), la sociología (estudios de los grupos), la psicología social (la forma en que un individuo se interrelaciona dentro del grupo), la antropología (la sociedad influye sobre la persona por este motivo se llevó a cabo el estudio del comportamiento del consumidor, para saber más sobre este tema).

Autores como Manzano, Gavilán, Avello, Abril, y Serra (2012) establecen que, en la actualidad no se entiende el acto de consumo como una tarea exclusivamente práctica que se lleva a cabo por necesidad. Para comprender la conducta de compra es necesario incorporar otras variables que han dado un vuelco a la forma y significado de la compra y el consumo: emociones, experiencias, vivencias y sensaciones son ahora los verdaderos protagonistas.

Hawkins (citado en Rodríguez, 2012) habla del comportamiento del consumidor como la observación de individuos o grupos de personas que cuentan con procesos para decidir que comprar ya sean productos o servicios satisfaciendo necesidades que se presentan, por lo cual las empresas buscan saber más sobre el consumidor para satisfacer de manera más acertada esas necesidades.

Con este concepto brindado por los autores mencionados anteriormente se puede notar cómo han cambiado las cosas en cuanto al consumidor que antes simplemente se acercaba de una manera automatizada a comprar, ahora busca algo diferente, algo que le llame la atención o tenga significancia para ellos por lo cual las empresas hoy en día gastan mucho dinero y esfuerzos en convencer a esta nueva era de consumidores.

Las empresas ya no están preocupadas únicamente por alcanzar unas cifras de ventas que le aporten beneficios como resultado del desarrollo eficiente de las estrategias de marketing, sino de entregar una oferta de valor al mercado donde destaquen aquellos aspectos que conforman las actitudes y percepciones del consumidor (Rivas y Esteban, 2013).

Existen **tres ramas en el merchandising**: el de presentación, el de gestión y el de seducción. En este último está inmerso el merchandising visual del cual se va a hablar más adelante.

Al **merchandising de presentación** se lo conoce como la forma en que los artículos son presentados dentro de la tienda para que el cliente al momento de entrar al comercio se le facilite la compra buscando la rentabilidad para el establecimiento. Este tipo de merchandising busca guiar al cliente sin que este se dé cuenta, persuadiéndolo a que se decida a comprar, ergo, que las compras por impulso aumenten. Sus presupuestos son los siguientes:

- Ambiente atractivo.
- Distribución adecuada del mobiliario.
- Orden y variada de productos

Después del merchandising de presentación viene la siguiente etapa conocida como **merchandising de gestión**, el cual tiene como objetivo principal gestionar el espacio de una tienda y maximizar su rendimiento. Dentro de sus funciones está establecer el

orden entre los distintos productos o demás elementos que se encuentran en el interior de una tienda. La rentabilidad que tengan estos productos es un factor importante para decidir la ubicación de los mismos. La información más importante para un buen desempeño del merchandising de gestión es la que se obtiene en la misma tienda mediante la gestión de ventas.

El **merchandising de seducción** se traduce como “tienda espectáculo”, es decir que la adopción de mobiliario específico, la decoración, rótulos, etc., tienen como objetivo dar un aspecto seductor a la tienda, para promover la imagen del distribuidor. Tomando como base que el consumidor llega a conocer los productos a través de los sus sentidos (el 55% a través de la vista, un 18% a través del oído, un 12% del olfato, un 10% mediante el tacto y un 5% corresponde al gusto), se puede utilizar esta información para potenciar el punto de venta.

Crear un ambiente agradable en el comercio se ha vuelto necesario, una tienda decorada e iluminada adecuadamente ayuda sin duda a la venta visual. Sin embargo se debe estudiar el nivel de iluminación conveniente en función de los productos, así como la presentación de estos acorde a la decoración en general. Está comprobado que los clientes se acercan mayormente a zonas que cuentan con más iluminación, pues la claridad aumenta la rapidez de percepción visual permitiendo a los compradores reaccionar más rápido. La organización e implementación de actividades promocionales es otro de los aspectos a tener en cuenta. El material publicitario distribuido estratégicamente permitirá llamar la atención del público sobre el mobiliario de demostración, además informa a los clientes cada vez que existan promociones en la tienda.

Seduciendo tus sentidos

Alcaide y Merino (2011) hablan sobre el marketing experiencial, también conocido como marketing sensorial o emocional; surge ante la constatación de que los consumidores no se comportan siempre de un modo racional; es más, en el proceso de compra, el factor emocional es determinante. Estas emociones se convierten en elementos que rodean los factores racionales de los productos y servicios para convertir las experiencias, los encuentros, el uso y consumo de productos en conjuntos fuertemente generadores de experiencias positivas, motivadoras y memorables.

Así mismo Manzano et al. (2012) dicen que el Marketing Sensorial supone una nueva área del Marketing que tiene como objetivo gestionar la marca hacia los sentidos haciendo que estos inconscientemente hagan actuar al consumidor de una manera favorable hacia los productos o servicios de una empresa.

El marketing, según la revista científica Harvard Deusto Business Review (2011), además de inducir a la compra, debe centrarse en aportar valores sensoriales que

acompañen a los factores funcionales de los productos como son la calidad, funcionalidad, etc. Por ejemplo, una panadería que huele a pan recién horneado o una tienda de productos de aseo personal que huele a flores puede hacer más prolongada la visita del cliente eventual.

En los mercados actuales, los factores funcionales se dan por descontado y existen muchas ofertas en una misma categoría de productos que ofrecen los mismos factores funcionales con una conveniente relación calidad/precio. Los consumidores son susceptibles de reaccionar tanto a los impulsos racionales como a los impulsos emocionales que deben ser atendidos, estimulados y creativamente provocados.

Metodología de investigación.

Para la investigación del presente estudio se llevó a cabo primero una investigación exploratoria con el propósito de levantar información ya establecida y que sirva para identificar aspectos importantes que sean de utilidad para el desarrollo del ensayo investigativo. También se desarrolló una investigación concluyente descriptiva en la cual se levantó la información de datos cualitativos mediante el uso de herramientas como la entrevista a profundidad y grupo focal que ayudó a tener un análisis más profundo y a rechazar o confirmar lo recuperado en la investigación exploratoria.

Esta investigación se realizó en base a datos cualitativos a lo que Angrosino (2012) indica que la investigación cualitativa se abstiene de establecer al principio un concepto claro de lo que se estudia y de formular hipótesis para someterlas a pruebas. Por el contrario los conceptos se desarrollan y refinan en el proceso de la investigación; por otra parte Robles (2011) cita a Taylor y Bogdan quienes exponen que la entrevista en profundidad sigue el modelo de plática entre iguales, encuentros reiterados cara a cara entre el investigador y los informantes. Y, para Cicourel consiste en adentrarse al mundo privado y personal de extraños con la finalidad de obtener información de su vida cotidiana.

También se realizó un focus group para el cual se seleccionaron personas de distintas edades dentro del rango que se ha elegido para la investigación. Para Hamui y Varela (2012) la técnica de grupos focales es un espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos, provocando auto explicaciones para obtener datos cualitativos. Kitzinger y Martínez-Miguel lo define como una forma de entrevista grupal que utiliza la comunicación entre investigador y participantes, con el propósito de obtener información, y se centra en la pluralidad y variedad de las actitudes, experiencias y creencias de los participantes. Esta técnica es útil para obtener *insights* que son de mucha utilidad, debido a que son las opiniones más profundas que se puede obtener del entrevistado.

Para el estudio de la información recopilada se realizó el análisis individual de cada entrevista donde luego se comparó entre todas y se observó cuáles son los puntos más relevantes, como coincidencias o diferencias existentes entre las tiendas. Con los datos que se obtengan del grupo focal se examinó si lo que realizan las tiendas es de agrado o no por parte de los clientes, además de conocer más sobre el comportamiento de compra.

Resultados de la investigación.

Se procedieron a realizar entrevistas a tiendas ubicadas en los principales centros comerciales del sector norte de la ciudad, estos fueron: San Marino, Policentro, Rio Centro Ceibos, City Mall y Mall del Sol. Se entrevistó a las personas encargadas de las tiendas en todas fueron mujeres, quienes eran conocedoras del negocio y que en su mayoría toman las decisiones en cuanto a la distribución de las prendas. Más adelante se procederá a ahondar más en el tema. El tiempo que se llevó a cabo las entrevistas fue entre los días 10 y 20 de junio de 2016, mientras que el grupo focal fue realizado el 4 de julio con 7 participantes mujeres con edades entre de 18 y 30 años.

Como parte principal de la entrevista se llevaba a cabo una breve introducción de la investigación que se estaba realizando, luego de eso se procedía con el cuestionario de preguntas, la primera era sobre las estrategias de marketing, si utilizaban o no dentro de la tienda a la cual todas dijeron que si, que realizaban estrategias promocionales. Según Fischer (2011) las estrategias a los consumidores son básicamente utilizadas para ganar más cuota de mercado, se pueden realizar promociones o reducciones de precio para llamar la atención de los compradores y con esto atraparlos y que sean clientes fijos.

Las estrategias utilizadas por las tiendas son las que van dirigidas al consumidor, la reducción de precios es repetitiva en todas las tiendas entrevistadas, los descuentos los realizan durante todo el año, o en fechas especiales como el día de la madre, etc. Según Pride y Ferrel (1996) citado por Gómez, López, Méndez, y Colsa (2014) al ofrecer un buen marketing mix en donde los precios hayan sido establecidos para que sean aceptados por los consumidores sin que cause un efecto negativo en el mercado, ya que el precio de un producto o servicio puede influir en la compra.

La tienda Naf Naf de San Marino es una franquicia que lleva 13 años en el país y en la entrevista con la encargada indicó que todas las actividades de promoción son enviadas desde Colombia que es desde donde se toman las decisiones. A su parecer los descuentos son lo más adecuado para una tienda, y en esta en específico sólo realizan descuentos en fechas especiales como diciembre en época de navidad. Así mismo Stradivarius, ubicada en el mismo centro comercial, tiene como la época en

donde más venden el mes de diciembre, todas esas ventas se ven potenciadas con los descuentos que son lo que más atrae a las clientas. También promociones muy especiales o muy enfocadas de acuerdo a fechas importantes las realizan en temporadas altas que son en mediados de año y a finales de año según lo consultado.

Stradivarius es una de las tiendas que si utilizan el visual merchandising, la encargada de esta área aporta información sobre este tema al consultar y sobre las estrategias de marketing, indica que ellos se enfocan en el producto, en la imagen de la tienda, la presentación al cliente y que toman muy en cuenta al cliente. Por otra parte Studio F mantiene un concepto de tienda que se basa en la imagen proyectada a sus clientes, Optimoda también tiene personal capacitado en visual merchandising quienes son los encargados de manejar la imagen de cada una de sus tiendas.

Todas las tiendas manejan las redes sociales como una herramienta de marketing directo para hacer llegar sus promociones a sus clientes de una manera personalizada ya que envían las promociones mediante WhatsApp. Otro medio que consideran como el más importante es la red social Instagram en donde comparten las promociones que estén en ese momento. Medina y Montjoy (2015) definen al Marketing Directo como la forma de comercialización sistemática donde se utilizan los medios de comunicación para la promoción directa con el fin de relacionar de uno a uno con los usuarios que han sido previamente seleccionados, esto con el fin de cultivar relaciones empresariales duraderas.

Al consultar sobre quien es la persona encargada de tomar las decisiones en cuanto a la distribución de las prendas dentro de la tienda en todas es el jefe, gerente o dueño quien toma las decisiones, en las tiendas en donde se maneja departamento de marketing y visual merchandising las decisiones se toman en conjunto, los profesores Hammond, Keeney y Raifa, de la Universidad de Harvard, sostienen que las decisiones acertadas son hijas de un sistema de pensamientos que ayuda a analizar y a reconocer con precisión el momento adecuado para hacer las cosas (Mena, 2015), al momento de tomar ciertas decisiones el dueño o gerente no debe apresurarse, quizás al principio no tenía mucha experiencia ni el conocimiento suficiente y se equivocó pero de sus errores se aprende.

Con lo expuesto anteriormente la toma de decisiones debe ser pensada de una manera acertada para no cometer errores en el caso de las tiendas de ropa para mujeres el dueño debe estar al día en tendencias y modas, ya que al estar informado siempre sabrá que es lo mejor para exponer en la tienda, una de las entrevistadas comentaba que el dueño viajaba muchas veces durante el año y que en sus viajes captaba las tendencias de otros países y las ponía en su tienda, de esta forma aprende él y su tienda esta en boga.

Al preguntar sobre los escaparates solo tres tiendas entrevistadas cuentan con personal de visual, las tiendas son Studio F, Optimoda y Stradivarius esta última cuenta con un escaparatista que viene de Colombia o Panamá cuatro días por mes, comentaba la encargada de la tienda que en Ecuador no existe alguna empresa o persona que brinde estos servicios por lo que se ve obligado Inditex a contratar personal de otros países para que se encargue de ese trabajo en sus tiendas de Guayaquil y Quito. En Studio F hay persona encargada en visual y escaparatismo y es quien viste los maniquís con las últimas tendencias de la moda es ella quien realiza este trabajo en cada uno de las tiendas de Studio F en donde además consideran el escaparate como la parte de la tienda donde más aplica el visual merchandising, así mismo en Optimoda en donde consideraban el escaparate el golpe que genera una tienda para con los consumidores es la primera imagen, por ende se debe cuidar y trabajar de la mejor manera.

Morgan expuso lo siguiente: Los escaparates son de gran ayuda para el incremento de las ventas es la herramienta principal para una tienda, la que lo haga de mala forma probablemente las visitas de su establecimiento no serán las esperadas y por ende afectara a las ventas, el encargado de este trabajo debe saber sobre las últimas tendencias y así formar el escaparate ideal (2011, p. 42).

Los parámetros que usan las tiendas para decorar sus escaparates son las tendencias de la moda o las nuevas colecciones que tienen a la venta con la finalidad de dar salida a esa mercadería, en Orange ubicada en el City Mall llega nueva colección cada seis meses por lo que no pueden tener sus maniquís con las mismas prendas todo ese tiempo, es decir tienen planificado como vestir sus maniquís y de qué manera decorar el escaparate, Murillo (2014) da los siguientes pasos para montar un escaparate de manera fácil: vaciar todo el escaparate, limpiar bien todo el espacio, coloca los elementos decorativos, viste y coloca los maniqués, revisa y retoca todos los detalles, trabaja la iluminación, coloca los porta precios actualizados

Así mismo en el 2014 Murillo en su artículo decía que el tiempo máximo para cambiar lo que se tenga en el escaparate es de 15 o máximo 20 días porque así se transmitirá la idea de que en la tienda siempre hay productos nuevos, por lo que es importante tener una planificación semestral o anual de las ideas que se van a montar en las vitrinas del establecimiento. Para Nicuesa (2014) es muy importante poner el precio de las prendas en el escaparate para que el cliente valore la opción de compra, existen personas que no entran en una tienda si no ponen los precios porque consideran que será cara. Es mejor optar por una iluminación adecuada para que todos los productos se vean por igual. Generalmente, los clientes no se detienen mucho tiempo frente a un escaparate por lo que es aconsejable llamar su atención con creatividad.

Esto se observa en los resultados de la investigación, en todas las tiendas los materiales promocionales básicos son los carteles con los precios los consideran fundamentales como dice Nicuesa (2014) comentaba la encargada de la tienda Taty del Policentro las personas se fijan mucho en el descuento o en el precio bajo, además decía que en la tienda manejan una estrategia en donde ponen, blusas desde \$10, eso atrae al cliente porque piensa que las blusas cuestan diez dólares pero no es así funciona como atracción ya que la persona que entra termina comprando algo.

Para la ubicación de las prendas de vestir según lo investigado lo preferencial son las paredes principales en donde se ubica lo nuevo, es en donde entra el merchandising de presentación que ya se menciona antes en el ensayo, Miquel, Escrivá, Clar, Parra, y Miquel M. (2004) lo definen como la manera de presentar la tienda y sus artículos de modo que, facilite el proceso de compra para el cliente y resulte lo más rentable posible, tanto para al número de unidades vendidas como al margen de ganancia de cada producto. Esto se puede contrastar con la estrategia utilizada por Stradivarius en donde todos los lunes realizan una auditoria de las ventas semanales para conocer cuáles han sido las prendas más vendidas y cuales no y a esas prendas les hacen promociones para que se mueva esa mercadería.

Morgan concluyó lo siguiente: El orden dentro de la tienda es primordial ya que el visual merchandising interior aborda muchos aspectos entre los más importantes están la decoración y el orden, el ambiente o atmosfera que se cree dentro de la tienda determinara si el cliente se queda o no por lo cual se debe tener mucho cuidado con este tema (2011, p. 112).

Al consultar como definen al visual merchandising una de las respuestas fue que es el golpe principal hacia los consumidores para que estos se vean atraídos y compren fue lo que opino la responsable de visual de Studio F, para la encargada del visual en Optimoda lo defino como “un reto, porque yo trato de que todo lo que está en vitrina se venda y si no se vende tratar de hacer que salga esa mercadería”, por otro lado la encargada de Stradivarius decía acerca del visual “es una ciencia que está enfocada en cuanto a la armonía e imagen de una tienda y dar un plus en las ventas”, en ambas opiniones mencionan a las ventas, tienen entendido al visual merchandising como una herramienta que ayuda a aumentar las ventas.

Esto es algo que está faltando en el país, el escaso conocimiento sobre esta práctica, sin embargo es lo que las personas encargadas de las tienda realizan cuando distribuyen el mobiliario para que este de una manera adecuada y atraer al cliente, no tienen el conocimiento de lo que es el visual merchandising pero lo ponen en práctica día a día. Para las tiendas que realizan visual merchandising es la herramienta número uno siempre están innovando para mejorar la tienda, pendiente de las tendencias que surjan en otros países y aplicarlas a nivel local. “El visual merchandising explota la

creatividad de las personas, puesto que ya no solo basta crear stands o exhibidores ordinarios, en la actualidad se opta por stands fuera de lo común, creativos y atractivos” San Martín (2012).

Una vez leído este concepto se tendrá una idea más clara de que el visual merchandising va de la mano con las ventas, como opinaba en la entrevista la encargada de la tienda Misska las ventas son el motor de un establecimiento y el uso de las promociones atraen clientes el proceso de hacer que estos clientes compren ya es parte del trabajo del personal de la tienda, de esta misma forma en la tienda Úrsula tienen muy en cuenta la presentación de la tienda ya que dicen que es lo principal para que una persona que ingresa se sienta a gusto compre y regrese en una nueva ocasión.

Se pregunto acerca de las claves de éxito para tener impacto en los consumidores, la que se repitió en todas las entrevistas fue la atención que se le brinda a las clientes una vez que entren a la tienda, la encargada de Studio F decía que en la tienda son asesoras de moda las que trabajan, al igual que en Optimoda, Naf Naf, Orange, Santo, Taty, Misska, Stradivarius, Fachas y Úrsula todas coincidieron en que la atención que se brinda como se trata al cliente es un factor esencial en una tienda, saludar, saber cuándo acercarse, una buena actitud de servicio, no abandonar al cliente mientras se lo está atendiendo, sobre todo tener paciencia y tomarse el tiempo que sea necesario para la buena asesoría.

Otro factor de éxito es mantener la buena imagen de la tienda, como se hablaba antes en el ensayo sobre la importancia del ambiente de una tienda, de cómo debe estar organizada para ofrecer una experiencia agradable a la persona que la visite, un buen aroma es importante según las entrevistas, Manzano et al. (2012) en su libro de marketing sensorial menciona la importancia del olfato para generar una experiencia sensorial efectiva causando una asociación de ese olor particular con la tienda. El tema de la música dentro de la tienda al consultar sobre este tema las tiendas no tienen unas normas que rijan que volumen es el adecuado lo hacen simplemente bajo el criterio propio, hay tiendas en donde el volumen lo ponen muy elevado, este es el caso de Misska en donde por este tema han tenido inconvenientes debido a la queja de las clientes ante esto se han visto obligados a mantener un volumen moderado.

Manzano et al. (2012) concluye de esta forma: La importancia de la música que suena en un establecimiento radica en la influencia que ejerce en la conducta del consumidor. Que compre más, que compre menos, que alargue su estancia en una tienda o que salga de ella antes de haber terminado su compra.

Un factor importante es conocer acerca de moda y del producto que vende, conocer las ventas de la tienda para así tomar las decisiones correctas en el momento indicado, las

decisiones son en torno a los productos, en que el dueño sepa cómo está funcionando su establecimiento para de esa forma saber si lo que está vendiendo es rentable, en caso de no ser así, dar un cambio a su tienda y mejorar sus ventas.

El grupo focal se realizó con mujeres de edades entre 20 y 30 años. Luego de la presentación de cada participante se procedió con las preguntas y los resultados fueron los siguientes:

Al momento de visitar a tiendas de ropa las mujeres prefieren acudir en compañía de amigas, hermanas o madres, es decir sin hombres o hijos en caso de tenerlos. Para ellas es importante la opinión o asesoría que pueda tener una persona allegada al momento de escoger una prenda para probarse, pues consideran que su opinión será sincera. Sin embargo al preguntar si alguna vendedora les ha brindado ayuda al entrar en una tienda según sus experiencias contestaron que sí, pero que no siempre sucede pues indicaron que las vendedoras dan la bienvenida a la tienda con un saludo, pero son pocas las que brindan su asesoramiento para escoger o combinar una prenda.

Así mismo existen vendedoras que por lograr la venta, insisten o brindan un asesoramiento que las mujeres consideran poco honesto, ya que algunas han tenido experiencias en las cuales las vendedoras les dicen que todas las prendas le quedarían bien, aun cuando no sea ni la talla adecuada. Además mencionan que una vendedora no debe estar atrás del cliente como si fuera a robar algo, el acoso o el seguimiento que puede hacer resulta muy molesto para todas, indicaron también que deben darles la confianza y seguridad a los clientes para que se sientan a gusto durante su visita.

Otro momento en que las mujeres realizan compras es cuando existen promociones, pues manifestaron que acuden a centros comerciales cuando están realizando cambios de temporada o el denominado Black Friday. En la ciudad algunos centros comerciales ofrecen descuentos en las tiendas y esto atrae a muchos clientes, comentaba la encargada de la tienda Fachas ubicada en City Mall que ellos esperan el Black Friday con muchas ansias ya que es la época del año en donde venden más.

Para las mujeres esto resulta atractivo pero realmente para escoger entre una u otra prenda, ellas consideran que los aspectos más importantes son la calidad de la misma, es decir que un factor como una tela que pueda desteñir o lucir mal después de una lavada es motivo para no realizar la compra. Otro aspecto que puede intervenir es el color, existen mujeres que prefieren comprar prendas de colores oscuros mientras otras buscan colores claros. Así mismo es importante que la prenda sea la talla correcta porque puede ser de buena calidad y en los colores preferidos pero si la talla es dos veces mayor o menor a la propia, se opta por no llevar nada. Además se comentó que si una vendedora muestra mala actitud o mal carácter con los clientes, también puede ser un factor que las motiva a abandonar la tienda sin comprar nada.

Al preguntar a las participantes si alguna vez han comprado en una tienda por lo que había en el maniquí, todas contestaron afirmativamente que esto sucede todo el tiempo pues es a través de este que se puede hacer una idea de lo que la tienda ofrece. A las mujeres les atrae las combinaciones que muestran en ellos, y generalmente es así como se inicia la compra por impulso, pues bastó con ver lo que se mostraba en el maniquí para querer exactamente lo mismo considerando factores mencionados anteriormente como la talla correcta y la disponibilidad económica, sea esta efectivo o tarjeta de crédito. Pero estas compras impulsivas o no planificadas pueden resultar tanto favorables como perjudiciales para las mujeres, pues después al llegar a su casa y ver de nuevo la ropa que se compró puede surgir la pregunta ¿por qué compre esto?, y posterior a esto pensamientos como “ya no me gusta” o “no me queda bien”. Contrario a esto existe la idea de “algún día lo usaré” y resultó siendo una buena compra.

Ahora en cuanto a la imagen de la tienda se refiere, las mujeres comentaron que observan la decoración de una tienda cuando esta es nueva o la visitan por primera vez y que los colores más adecuados para el interior son las tonalidades pasteles o blanco. Sin embargo otras mujeres manifestaron su preferencia por colores más vivos como turquesa o totalmente oscuro como negro. La decoración interior de las tiendas pequeñas suele ser más simple y la presencia de maniquís es de un promedio de tres. Otro aspecto que consideran importante es que la decoración debe tener concordancia con la ropa que ofrecen.

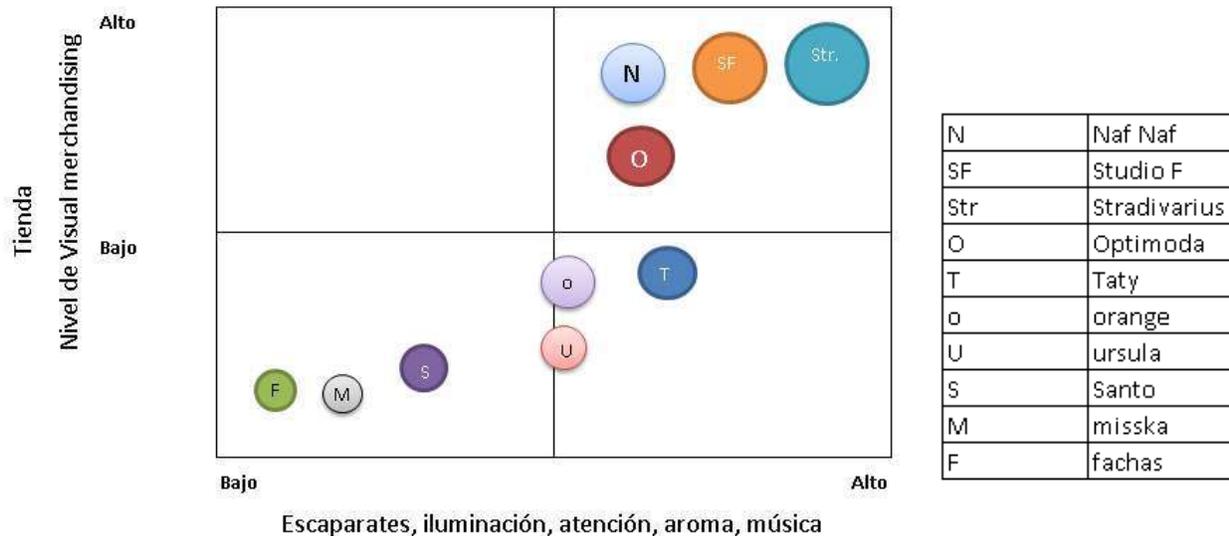
Siguiendo con el tema de la tienda las mujeres comentaron que han acudido a tiendas con diferentes aromas sin embargo no todos resultan de su agrado pues manifestaron que se deben usar aromas suaves e indicaron fragancias como vainilla, canela o florales como las preferida para usar dentro de una tienda en caso de tenerlo, ya que existen muchas que no tienen ninguna.

La música es otro factor que motiva a las mujeres y las hace disfrutar su experiencia de compra, por ejemplo entrar a una tienda y escuchar una balada lenta les resulta aburrido, es decir que la música de la tienda debe ser electrónica, pop, o las canciones más sonadas de la radio. En cuanto al volumen debe ser moderado en toda la tienda.

Dentro de la tienda la distribución de la ropa en las perchas es muy importante para poder encontrar lo que se desea. Para ciertas mujeres resulta molesto que toda esté colgada en armadores puestos que suelen enredarse entre sí, mientras que para otras resulta más conveniente porque así la pueden observar mejor. Otra opción para colocar ropa son mesas, en donde la prenda está doblada y se puede encontrar la talla más fácilmente siempre y cuando un vendedor brinde ayuda al cliente. Cabe mencionar que de esta forma se ve menos orden puesto que un cliente puede buscar su talla y desordenar todo en cuestión de minutos, es ahí cuando los vendedores deben mantener el orden y doblar la ropa inmediatamente. Finalmente las participantes de

este grupo focal consideran que la atención que brindan los vendedores es importante y cuando la han solicitado ha sido buena.

A continuación se muestra un gráfico realizado con los resultados obtenidos de la investigación, en donde se ubica a cada tienda según el nivel de visual merchandising utilizado, como se observa solo una tienda nacional está dentro del cuadrante alto de nivel de visual merchandising.



Conclusiones

Se determina que el merchandising es una práctica fundamental según los autores mencionados y al poner en funcionamiento el visual merchandising encontrarán beneficios para sus tiendas en especial en las ventas.

La investigación de campo expone que existe poco conocimiento del visual merchandising, y que las franquicias extranjeras si cuentan con el personal adecuado para realizar este trabajo mientras que de las tiendas nacionales entrevistadas solo una cuenta con departamento de marketing siendo esta Optimoda.

Las estrategias más utilizadas en las tiendas son las promociones o descuentos pero deben saber manejar de una manera adecuada el tema de los descuentos porque pueden ser percibidos negativamente. Lo ideal es hacer promociones en fechas especiales o por temporadas, no tener descuentos durante todo el año, otra estrategia muy buena encontrada en los resultados de las entrevistas es el uso de las redes sociales como canal de comunicación esta es una forma más personalizada de atraer clientes y según lo opinado por las entrevistadas les resulta efectiva el uso de este tipo de estrategia.

Una de las principales novedades que atrajo la atención de los autores es la forma en como utilizan el espacio de la tienda para distribuir las prendas, el ingenio que tienen las encargadas en conjunto con los propietarios a pesar de no tener el conocimiento de merchandising para buscar las tendencias de las grandes tiendas en Europa y Estados Unidos. Es importante tener presente que las tiendas deben realizar cambios del mobiliario cada quince días o cada semana para evitar caer en la monotonía, y generar una imagen ante el cliente que regresa a la tienda tiene que encontrar algo nuevo para generar una imagen de que la tienda siempre está en constante crecimiento y siempre con mercadería nueva.

La tienda debe contar con el espacio suficiente para que las clientes se sientan cómodas, tener un mueble en donde puedan sentarse, probadores con puerta y un espejo grande y que la iluminación sea la mejor para poder apreciar de buena manera como les queda la prenda que se estén probando. En cuanto al diseño de la tienda se llega a la conclusión de que debe estar pintada con colores básicos como los pasteles o el blanco y usar olores suaves o representativos para la identidad de la marca.

Bibliografía

- Academia francesa de Ciencias Comerciales. (2016). Académie des Sciences Commerciales | Site de l'académie des Sciences Commerciales. Retrieved from <http://academie-des-sciences-commerciales.org/dictionnaire-commercial/>
- Alcaide, J. C., & Merino, M. J. (2011). Comunicación experiencial y sensorial: algunos ejemplos de aplicación. *198*, 79.
- Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación participante en Investigación Cualitativa*. Ediciones Morata.
- Corona, G. (2012). *Comportamiento del Consumidor* (primera). México, D.F.: RED TERCER MILENIO S.C.
- Cueva, R. A., Camino, J. R., & Ayala, V. M. M. (2013). *Conducta del consumidor: estrategias y políticas aplicadas al marketing*. ESIC Editorial.
- Diario El Comercio. (2015, November 14). Orden, amplitud y color diseñan un "showroom." Retrieved April 13, 2016, from <http://www.elcomercio.com/tendencias/orden-amplitud-color-diseno-interior.html>
- Dictionary. (2016). Retrieved May 6, 2016, from <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=M>
- Fischer, L. (2011). *Mercadotecnia*. McGraw-Hill.
- Gomez, D., Lopez, H., Mendez, A., & Colsa, X. (2014). ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA EN LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL: EL CASO DE 13 CIUDADES DE MÉXICO, 6. Retrieved from <http://www.eumed.net/rev/tecsistecat/n16/microempresas.pdf>
- Hamui-Sutton, A., & Varela, M. (2012). La técnica de grupos focales.
- IFM: Institut Français du Merchandising. (2016). Retrieved from <http://ifm.asso.fr/site/>
- INEC. (2012). *InfoEconomía* (p. 8). Retrieved from <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info6.pdf>
- Manzano, R., Gavilán, D., Avello, M., Abril, C., & Serra, T. (2012). *MARKETING SENSORIAL Comunicar con los sentidos en el punto de venta* (primera). Madrid: PEARSON EDUCACIÓN S. A.
- Medina, A., & Montjoy, R. (2015, March 9). *MARKETING DIRECTO EN LAS REDES SOCIALES Y SU INFLUENCIA EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL*. Universidad Técnica de Machala, Ecuador. Retrieved from <http://www.utmachala.edu.ec/archivos/biblioteca/MARKETING-DIRECTO.pdf>
- Mena, C. D. (2015, March 4). 8 pasos para tomar decisiones acertadas. Retrieved July 5, 2016, from <http://www.forbes.com.mx/8-pasos-para-tomar-decisiones-acertadas/>

- Miquel, S., Escrivá, J., Clar, F., Parra, F., & Miquel, M. (2004). *Animación del punto de venta*. McGraw-Hill.
- Morgan, T. (2011). *Visual merchandising Escaparates e interiores comerciales* (segunda). Londres: Laurence King Publishing Ltd.
- Murillo, S. (2014, May 1). Montaje de escaparates: el paso a paso definitivo. Retrieved from <http://www.escaparatismoyvisual.com/paso-paso-para-montar-tu-escaparate/>
- Nicuesa, M. (2014, April 29). Cómo decorar un escaparate de ropa. Retrieved from <http://empresariados.com/como-decorar-un-escaparate-de-ropa/>
- PRO Ecuador. (2014). *PERFIL SECTORIAL DE PRENDAS DE VESTIR Y TEXTIL PARA EL INVERSIONISTA* (p. 24). Ecuador: PRO Ecuador. Retrieved from <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/11/PERFIL-DE-TEXTIL-IED.pdf>
- Rivas, J. A., & Esteban, I. G. (2013). *Comportamiento del consumidor: decisiones y estrategia de marketing*. ESIC Editorial.
- Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico, *18*, 39–49.
- Rodríguez Santoyo, A. R. (2012). *ANTOLOGIA comportamiento del consumidor* (primera). Retrieved from <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1217/>
- Revista EKOS. (2015, February 9). Industria textil - ECUADOR #negociosEC. Retrieved May 5, 2016, from <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6446>
- San Martín, A. (2012, June 3). Promociones en el punto de venta. Visual merchandising • GestioPolis. Retrieved July 16, 2016, from <http://www.gestiopolis.com/promociones-punto-de-venta-visual-merchandising/>
- SENSAI. (n.d.). Marketing Olfativo. Retrieved April 27, 2016, from <http://sensia.ec/>
- UNIVERSO, E. (2015, April 15). De Prati Policentro reabre tras remodelación. Retrieved April 27, 2016, from <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/04/15/nota/4770381/prati-policentro-reabre-tras-remodelacion>

012. PLAN DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA IMAGEN CORPORATIVA DEL RESTAURANTE MAKANI DE ENTRE RÍOS CANTÓN SAMBORONDÓN

Autores:

Ullany Danushe Gelo Caamaño

Licenciada de Comunicación, énfasis Relaciones Públicas

ullany_gelo@hotmail.com

Yance Jácome Kerlly Teresa

Máster en Administración de Pública, Docente de la Facultad de Marketing y Comunicación de la Universidad Tecnológica ECOTEC,

kyance@ecotec.edu.ec

Resumen

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo diseñar un plan de comunicación para fortalecer la imagen corporativa del restaurante Makani, mismo que cuenta con diversidad de comida gourmet fusión, mezclando sabores y culturas de distintos países siendo este su diferenciador ante el mercado gastronómico.

Debido a que la imagen corporativa del restaurante Makani no ha sido manejada adecuadamente, ha afectado directamente al restaurante, no ha tenido la respuesta esperada del público objetivo, por esto se deberá enfocar de manera correcta a qué target se dirige para así formular estrategias adecuadas y poder generar un resultado positivo.

Para la realización del presente artículo se basó en teorías de comunicación e imagen corporativa, con esto se pudo conocer más a fondo las temáticas de la investigación y de esta manera se definió la metodología donde se utilizó métodos cualitativos y cuantitativos para mejorar la comprensión del tema, consecuentemente concluir con una propuesta del plan para fortalecer la imagen del restaurante Makani.

Se evidencia mediante este artículo la importancia de la comunicación externa y calidad de servicio como creadores de imagen y prestigio organizacional.

Por esta razón el propósito de este documento es aportar con estrategias, con las cuales el restaurante Makani fortalecerá su imagen ante a su público objetivo, creando un prestigio y lugar dentro del mercado gastronómico.

Palabras claves: Público objetivo, diferenciador, plan de comunicación, fortalecimiento de imagen corporativa, propuesta.

Summary

This research project aims to design a communication plan to strengthen the corporate image of the restaurant Makani, it has a variety of gourmet fusion cuisine, mixing flavors and cultures of different countries and this is their differentiator to the food market. Because the corporate image of the restaurant Makani has not been handled properly, has directly affected the restaurant, he has not had the expected response from the target audience, so should focus correctly what target is directed to and formulate appropriate strategies and to generate a positive result. For the realization of this article was based on theories of communication and corporate image, with this might learn more about the topics of research and thus the methodology which qualitative and quantitative methods are used to improve understanding of the subject was defined consequently conclude with a proposed plan to strengthen the image of the restaurant Makani. It evidenced by this article the importance of external communication and service quality as image makers and organizational prestige. Therefore the purpose of this document is to provide strategies with which the restaurant Makani strengthens its image in their target audience, creating a prestigious place in the food market.

Keywords: Target audience, differentiator, communication plan, strengthening corporate image, and proposal.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad se han implementado varias estrategias comunicacionales en el medio empresarial, principalmente en el área de la comunicación y marketing en donde se incursiona para generar posicionamiento de la imagen corporativa.

Además, la comunicación se ha convertido en una necesidad para las empresas, y a través de ésta se logra fidelizar al público, empleando estrategias que ofrezcan satisfacción y así ellos puedan recomendar a otros el buen servicio que brindan. Así mismo los restaurantes para generar lealtad deben brindar un servicio de calidad con precios asequibles, ya que los consumidores no sólo buscan una marca, sino un producto y servicio que satisfaga sus necesidades, y si no es así, es cambiado rápidamente.

Makani es un Restaurante que tiene una amplia variedad de comida gourmet de países como Ecuador, Brasil, Tailandia, Italia, Perú, Japón, brindado a su público diferentes opciones de ambientes además de un servicio cálido. Sin embargo su imagen y sus ventas no ha sido manejada correctamente afectando al restaurante, por tal motivo el objetivo principal del presente artículo es diseñar un plan de comunicación para fortalecer la imagen del restaurante, y así comunicar los valores de la compañía y ser reconocido por su grupo objetivo.

El presente artículo pretende identificar los factores que inciden en la imagen corporativa del restaurante MAKANI, con el fin de plantear como propuesta un plan de comunicación que permita fortalecer la imagen del restaurante en el mercado de Samborondón Entre Ríos, siendo los beneficiarios los administradores del local, sus empleados y el público objetivo. Los administradores contarán con valiosa información para la toma de decisiones y así cubrir las necesidades de los consumidores con el fin de que ellos logren sentirse identificados con la imagen corporativa, estar informados de los servicios, promociones, descuentos a través de los medios. Así mismo, podrán generar mayor margen de ganancias, y al mediano plazo expandirse como empresa y posicionarse en el mercado.

La investigación tiene un alcance descriptivo haciendo uso de los métodos cualitativos (entrevistas) y cuantitativos (encuestas) recopilando información haciendo medible el problema, esto enriquece la investigación ya que se combina técnicas para mejorar la comprensión del tema, recolectando información numérica y no numérica permitiendo llegar a una mejor conclusión.

El tema es tratado por su grado de importancia, ya que el diseño de un plan de comunicación beneficiará a la empresa, mejorando la comunicación corporativa y fortaleciendo la imagen organizacional, porque permitirá formular una lista de ideas que indican cómo se intenta alcanzar las metas, está indispensable necesidad de comunicar, de difundir al público externo de la organización de manera consecuente, por medio de una apropiada planificación acompañado de un estudio de hechos que sucedieron y que puedan contribuir en el proceso.

2. DESARROLLO

2.1 ANÁLISIS SITUACIÓN DEL RESTAURANTE MAKANI EN ENTRE RÍOS SAMBORONDÓN

Luego de haber analizado la situación actual del restaurante Makani se detectaron distintas falencias, una de ellas es que no cuentan con estrategias de comunicación, afectando con esto al proceso de crecimiento de la empresa y alejándose de sus objetivos, por este motivo, las acciones implementadas en varios medios no han dado el resultado esperado, perjudicando la imagen y el posicionamiento ocasionando falta de comunicación con su público objetivo generando desconocimiento de la marca en el mercado gastronómico.

Por consiguiente se creará e implementará estrategias que estén ligadas con el objetivo principal de Makani que es ser reconocido en el mercado, de esta manera se busca mejorar la comunicación, ventas e imagen.

También se detectó que tienen problemas con el servicio al cliente ya que no cuentan con el personal necesario, lo cual influye que haya una mala atención, y los empleados no son capacitados.

ANÁLISIS DAFO RESTAURANTE MAKANI

DEBILIDADES	AMENAZAS	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Nuevo en el mercado -La clientela no los conoce -Se encuentra en un lugar donde hay mucha competencia -Diseño del restautante no es entretenido ni llama la atención de su publico objetivo -No cuenta con pagina web -Falta de Promociones y comunicacion con sus clientes 	<ul style="list-style-type: none"> - Campaña promocional no efectiva -Mucha competencia -Publicidad desconocida por su publico objetivo 	<ul style="list-style-type: none"> -Variedad Gastronómica en un solo lugar -Cuenta con chefs reconocidos -Ubicación estratégica -Ambiente confortable -Música viva los Jueves -Precios Accesibles -Adecuada presentación del producto 	<ul style="list-style-type: none"> -Posibilidad de convertirlo en salon de eventos en las noches por el espacio disponible. -Innovación del menú -Ubicado en zona comercial

Elaborado por: Ullany Gelo

2.2 La comunicación.

La comunicación es la acción de cambiar información entre dos o más personas teniendo como propósito de emitir o percibir conceptos por medio de un método compartido de signos y normas semánticas. Para poder comunicarse se necesita un emisor, un mensaje y un receptor destinado, no es necesario que el receptor se encuentre ni esté consciente de la intención de comunicarse por el emisor para que se efectúe el acto de comunicación.

En el desarrollo la información es incorporada por el emisor y dirigida hacia el receptor por un medio ya recibido, el receptor interpreta el mensaje y entrega una respuesta. Las distintas actividades que se realizan alrededor del mundo se pueden llevar a cabo debido a la comunicación. Se da por el intercambio de mensajes entre las personas. (Thompson, 2008)

“Desde un punto de vista técnico se entiende por comunicación el hecho que un determinado mensaje originado en el punto A llegue a otro punto determinado B, distante del anterior en el espacio o en el tiempo” (Álvarez, 2013, p.3).

La comunicación compromete el traslado de información. La comunicación implica un proceso; los elementos que aparecen en él son:

- **Emisor:** Quien transmite la información (personas, máquinas).
- **Receptor:** Quien o quienes reciben el mensaje.
- **Mensaje:** La información que se quiere comunicar por el emisor.
- **Código:** El código es un conjunto de elementos que para combinarse se siguen ciertas reglas interpretables, lo que permite el intercambio de información.
- **Canal.** Es el medio por el cual se transmite la comunicación. (Alvarez, 2013)

2.3 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN

Comunicación proviene de la palabra Communis, que significa común, por este motivo comunicarse, se trata de establecer una sociedad con alguien. Es el desarrollo de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes que se producen como parte de la actividad humana. (Estrella, 2007)

Se trata de una función relacionada a la naturaleza del ser humano que compromete la interacción de mensajes significativos, por medio de varios medios para intervenir, de cierto modo en la conducta de las personas y en la estructura y crecimiento de los sistemas sociales. Se dice que la comunicación es el desarrollo humano de usos de lenguajes, que va más allá del intercambio de información. Se define más como un acto sociocultural que un proceso mecánico.

La comunicación, no se ha transformado en una materia como la economía o la física, pero ha sido un campo de investigación y teoría. Es de las que tiene mayor confluencia en el estudio de la conducta de las personas siendo esto comprensible, siendo la comunicación un desarrollo fundamental, Sin esta no habría grupos humanos y las sociedades. Complicadamente se puede suponer o idealizar una investigación en cualquier campo sobre la conducta humana sin hacer hipótesis sobre la comunicación humana. (Alvarez, 2013)

2.4 Tipos de comunicación

Comunicación Verbal

Existen muchas maneras de comunicarse verbalmente; con el tiempo se han desarrollado desde las más primarias como cuando se ríe, llora, silba o grita, y las que más han evolucionado sonidos estructurales como : palabras, oraciones, sílabas siendo estas las que nos ayudan a comunicarnos con las personas. Las que se utiliza diariamente, al tratar de entablar una conversación o emitir una información. (Ramirez, 2014)

“Tiene como ventaja la posibilidad de una retroalimentación inmediata y se encuentra soportada por expresiones corporales o faciales como las miradas, actitudes, gestos, posiciones, etc” (Solís, 2012, p.2).

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

La comunicación corporativa, ligada a la acción y la conducta global de la organización, será el vehículo y soporte de la calidad del servicio (porque el servicio es comunicación y relación) y ambos (comunicación. y servicio) el vector de la imagen corporativa. La comunicación corporativa es holista e integradora, es decir que en ella se coordinan, se integran y gestionan las distintas formas de comunicación como un todo orgánico en el sentido corporativo. (Joan Costa, 1995, p.6)

Tiene como propósito lograr las metas establecidas por la empresa, obteniendo un progreso institucional y así impulsar a los trabajadores a realizar su trabajo de manera exitosa siendo eficientes

2.5 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

En la actualidad se vive en un entorno muy comunicado gracias los avances tecnológicos ha mejorado mucho la comunicación, una de ellas es la creación de las redes sociales la cual es una plataforma para mantener comunicado al mundo.

Por lo tanto, en el mundo ya no solo se informa sino se comunica, se vive en un entorno lleno de oportunidades y alternativas, para esto es importante saber comunicar, para que nuestro mensaje sea percibido de la manera correcta.(Koh, 2014)

Algunas investigaciones resaltan la importancia de la destreza para la comunicación, entre ellas: colaborar en equipo; enseñar a otros; atender a clientes; dirigir; negociar; trabajar considerando la diversidad cultural; entrevistar; escuchar; encabezar juntas de trabajo, y resolver conflictos. Lo anterior explica por qué cerca de 90 por ciento de las compañías estadounidenses ofrecen algún tipo de capacitación en habilidades para comunicarse. Los suscriptores de Harvard Business Review calificaron la

capacidad para comunicarse como el factor más trascendental para hacer más promovible a un ejecutivo; esta habilidad, incluso, la consideraron más importante que la ambición, el grado de estudios y la destreza para trabajar arduamente. (Adler & Marquardt Elmhorst, 2005, p.5)

Esto quiere decir que es muy importante saber comunicarse, para un supervisor, es esencial el proceso de la capacidad de comunicar ya que una de sus distintas y más importantes ocupaciones es la de comunicar. Existen organizaciones que no le dan la importancia requerida a la comunicación organizacional y por esto se ven enfrentando serios problemas comunicacionales logrando con esto un mal desempeño laboral, ya que en las organizaciones se necesita mantener al empleado informado y de igual manera deberá existir retroalimentación por parte de ellos para poder funcionar de una manera más eficaz.

Funciones básicas:

- Determinar claves comunicacionales de la empresa.
- Fijar los canales elementales para la comunicación.
- Comprobar el adecuado movimiento de los procesos y canales comunicacionales de la empresa.
- Determinar el público objetivo de la comunicación.
- Evaluar y medir cada uno de los procesos comunicacionales de la organización.

(Fajardo, 2009)

La comunicación organizacional es una herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta, con los de su personal y con la sociedad. La comunicación organizacional también nos permite conocer al recurso humano y evaluar su desempeño y productividad, a través de entrevistas y recorridos por las diversas áreas de trabajo. Asimismo, la comunicación en las organizaciones es fundamental para el cumplimiento eficaz de sus objetivos. Es un medio que, en conjunto, permite el desarrollo de sus integrantes para enfrentar los retos y necesidades de nuestra sociedad. (Posadas, 2014, p.25)

Es decir, que es muy importante que cada miembro de la organización comunique de manera adecuada, aunque no siempre sucede eso, y es ahí donde tienen que involucrarse la organización, ya una buen entendimiento generará empleados eficientes y eficaces.

2.6 COMUNICACIÓN INTERNA

“Los procesos comunicativos realizados en el interior del sistema organizativo constituyen la comunicación interna, dirigida a conseguir una estabilidad en la

organización con vistas a que se alcancen sus fines” (Trelles, 2001, P.43). Son las labores de comunicación que se realizan dentro de una organización, transmitiendo mensajes utilizando los distintos canales existentes en la organización con el fin de:

- Tratar de conocer a sus empleados, hacer un vínculo con ellos para que se sientan identificados con la organización
- Impulsar que exista la retroalimentación.
- Premiar o reconocer los logros alcanzados o buen desenvolvimiento en sus labores.
- Realizar actividades de integración que den un buen clima laboral.
- Que cada una de las áreas tengan conocimiento de quién las integran. (González, 2015)

2.7 Comunicación Externa

Todas las funciones realizadas (información que se hace llegar) por la organización, con la intención de tener una imagen íntegra y transparente en el mercado, generando vínculos con el exterior estando dirigido al público externo, utilizando los medios necesarios como:

- Página web
- Relaciones Públicas
- Redes Sociales
- Eventos
- Excelente atención al cliente
- Medios de Comunicación
- Branding
- Promoción

(Dumont, 2010)

2.8 FLUJO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

En una empresa es importante que la comunicación se dé de manera correcta independientemente del nivel jerárquico, ya que anteriormente se acostumbró a que la comunicación sea descendente generando inconvenientes por no estar bien informados. En pocas palabras, Para lograr una comunicación eficiente, tiene que darse de manera ascendente y descendente es el complemento ideal para tener un buen resultado. (Soto, 2011)

Comunicación Formal:

La institución fija los canales por donde se comunicarán respetando los niveles jerárquicos y los reglamentos establecidos. Se emplea para transmitir órdenes e instrucciones, o cuestiones relacionadas con el trabajo. (Esther, 2009)

Comunicación Informal:

Es la que aparece naturalmente entre los miembros de una organización buscando comunicarse, sin cumplir con los reglamentos establecidos, permitiendo emitir o percibir información de manera más directa y rápida. (Esther, 2009)

Comunicación descendente

Es utilizado por la dirección o gerencia de la organización es una comunicación sin retroalimentación donde solo los niveles altos se comunican con los empleados especialmente para asignar trabajos, metas, funciones o sanciones etc. (Ortiz, 2015)

Los medios que se utilizan para llevar a cabo la comunicación descendente son:

- Correo electrónico
- Informes
- Reportes
- Memorándum
- Teléfono

(Ortiz, 2015)

El uso de este tipo de comunicación en una empresa da como resultado una información imprecisa, ya que no existe una retroalimentación para una mayor comprensión del mensaje, este tipo de comunicación suele suscitarse o usarse en empresas muy grandes, ya que esas empresas miden la eficacia de su comunicación evaluando el trabajo que ocupan los empleados y los resultados obtenidos. (Leodano, 2010)

La comunicación de forma descendente se puede trasladar de manera muy paulatina por lo cual se pueden presentar falencias o problemas que se verán influenciados a la hora de desempeñar cada cargo de trabajo. (Leodano, 2010)

COMUNICACIÓN ASCENDENTE

Esta comunicación a diferencia de la descendente fluye información de los rangos bajos a los superiores, es decir se da de abajo (empleados) hacia arriba (jefes) existen “mediadores” que son los gerentes de cada área los cuales hacen llegar la información a los jefes, uno de los principales inconvenientes es que la información transmitida es editada por estos y la información se distorsiona de cierta forma no llega tal cual se la da, más aún si son noticias negativas que no se esperaban o afectan al rendimiento de la empresa.

(Leodano, 2010)

COMUNICACIÓN CRUZADA

En este tipo la comunicación se transmite de manera horizontal se da en niveles jerárquicos iguales, también se transfiere de forma diagonal esta comunicación es la más libre no presenta ningún obstáculo para comunicarse ya que la información puede ir a cualquier nivel jerárquico sin importar su cargo, esta se da de manera más rápida y es utilizada para mejorar la comunicación interna y que los mensajes lleguen de manera adecuada sin distorsiones por terceros. La comunicación cruzada se usa mucho en el campo empresarial porque se saltan siempre ciertos protocolos para la mejora de la productividad y cumplimiento de objetivos. (King, 2012)

2.9 Identidad Corporativa

Imagen corporativa es la percepción que tiene sobre ella misma, algo muy parecido al sentido que una persona tiene de su propia identidad. Es algo único. Incluye el historial de la organización, sus creencias y filosofía, el tipo de tecnología que utiliza, sus propietarios, la gente que en ella trabaja, la personalidad de sus dirigentes, sus valores éticos y culturales y sus estrategias. (Costa, 1999, p.34).

Es decir, que refleja los principios de la organización cómo se relacionan internamente, que valores y cultura practican o quieren reflejar como organización.

“Por identidad organizacional entendemos la personalidad de la entidad” (RRPPnet, 2016, p.1).

2.10 Imagen corporativa

Los relacionistas públicos son los que se encargan de la creación de la imagen corporativa en una empresa, aplicando estrategias de comunicación por medio de los canales que la empresa requiera, enfocándose mucho más en las redes sociales, creando una imagen positiva para que llame la atención del público con un diferenciador así él se sientan identificados con ella. (Pérez, 2012)

Por lo tanto, la creación de la imagen corporativa será para generar posicionamiento en el medio que se desempeña la compañía, así mismo un error o cambio notorio en la imagen podrá generar un descontento en los clientes que como resultado dará menos ventas y rentabilidad.

La imagen, nombre, logotipo debe concordar, ser claros, para que sea fácil persuadir dentro del mercado competitivo. (Cornejo, 2007)

Por otra parte, con un favorable prestigio en el área de responsabilidad social, es un gran soporte para poder posicionarse con notoriedad, los consumidores se ven

atraídos por esta clase de compañías que muestran ese grado de compromiso con la sociedad. (Merino, Pérez, 2012)

Renovar la imagen corporativa es mejorar la impresión que tienen el público de la empresa, siendo un trabajo a medio y largo plazo ya que el cambio de una imagen corporativa no genera resultados inmediatos, realizándose de manera adecuada permitirá que la organización se involucre más con el público para generar fidelización en los clientes potenciales. (Cornejo, 2007)

Hay que recalcar que esta imagen contará con varios componentes que servirán para darle a la compañía una imagen consolidada al público como:

- El isotipo que es la parte más simbólica de la marca.
- El Logotipo la marca se identifica por un texto.
- El Monograma es formado por letras, símbolos dándole un significado de identificación a la marca.
- EL emblema figura con una leyenda que interpreta su concepto
- El pictograma dibujo que interpreta un símbolo.

(Cornejo, 2007)

2.11 Relaciones Públicas

Anteriormente mencionando la frase “Hacer el bien e informarle a la gente de ello” bastaba, para dar una definición de lo que es comunicación

Matini (1998) dice: “Las Relaciones Públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándoles y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras”.(p.8)

Es decir, que relaciones públicas es la ciencia ejecuta la comunicación entre la empresa y el público objetivo, para así reconstruir, fortalecer, y mantener su imagen, este departamento se encarga de manejar la imagen positiva de la empresa y solucionar problemas que puedan afectar directamente a su imagen.

2.12 Plan de Comunicación

El Plan de Comunicación comprende las normas de una estrategia de comunicación para una empresa, Un plan de comunicación es importante para toda empresa que tenga problemas internos o externos de comunicación que afectan directamente a la organización. (Ribera, 2013)

Este debe de ser creado de acuerdo a las debilidades y falencias que presenta en ese momento la organización haciendo un diagnóstico de la magnitud del problema. Muchos piensan que la ejecución de un plan de comunicación es algo complejo y costoso por ese motivo ni siquiera intentan diseñar e implementarlo en sus organizaciones, esto es falso, toda institución cuenta con sus métodos de comunicación aunque en distintas situaciones se mantiene oculta por falta de conocimiento o simplemente no contar con un plan adecuado para cada situación, si no es empleado un plan de comunicación interna y externa llegará a tener falencias en cierto punto del desarrollo de la organización. (Hermosilla, 2005)

El plan de comunicación deberá tener dos particularidades ser usar técnicas y creatividad, siguiendo un proceso correctamente para poder ser evaluado, y poder hacerla distinta y con un plus diferente que el mercado actual.

Un plan de comunicación constantemente Establece metas, plantea tácticas, utiliza distintos medios para alcanzar las metas y deberá estar en manos de un profesional en la rama ya que un plan de comunicación no podrá ser bien diseñado o ejecutado de manera desordenada e improvisada, tendrá que estar a cargo de un comunicador o relacionista público que son especialistas en la comunicación. (Ribera, 2013)

2.13 PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Plan de comunicación externa son los instrumentos que son utilizados por la empresa para generar una buena imagen de la marca con el público, llamándose esto imagen corporativa, mostrando que la organización es íntegra y transparente, los encargados no solo son los colaboradores o empleados , el producto o servicio tienen mucho que ver en este proceso de comunicación. (Dumont, 2010)

Tiene como objetivo posicionar, promocionar, generar Imagen Corporativa y fidelidad y para esto existen canales usados para una mejor comunicación externa tales como: redes Sociales, promociones Email, foros, publicidad (Dumont, 2010)

Fases del plan de comunicación

- | | |
|--|------------------------------|
| 1.- Análisis situacional de la empresa | 6.- Acciones |
| 2.- Definición de objetivos | 7.- Calendario |
| 3.- Definición de público objetivo | 8.-Presupuesto |
| 4.- El Mensaje | 9.- Seguimiento y Evaluación |
| 5.- Estrategia | |

3. METODOLOGÍA APLICADA

La investigación tiene un alcance descriptivo. Combina métodos cualitativos (entrevistas) y cuantitativos (encuestas).

La investigación hace relación a un grupo de actividades iniciadas para obtener un objetivo establecido. Se basa en el diseño, percepción, y estudio lógico del crecimiento de una empresa.

En esta investigación se realizará una entrevista al administrador de Makani para conocer su punto de vista sobre la problemática actual del restaurante complementando con encuestas que se realizarán a los consumidores de Makani para recopilar datos medibles para mejorar la investigación a profundidad y permitir llegar a una mejor conclusión.

El universo de esta investigación son los consumidores del Restaurante Makani del cantón de Samborondón - Entre Ríos.

Población

La población está formada por 100 hombres y mujeres de 18 a 40 años de rango social medio- alto siendo este el número aproximado de visitas al restaurante mensualmente.

3.1 ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Entrevista al administrador

Se realizó una entrevista al Administrador del restaurante donde se consultó varias interrogantes de la situación actual, en donde manifestó que Makani cuenta con variedad de alternativas en su menú, siendo esto su diferenciador principal, concurrido por personas de 18 a 40 años, comprometiéndose con sus clientes a brindar un servicio óptimo, pero su aspecto negativo es que no cuentan con el número de personal deseado por falta de presupuesto.

Han utilizado distintas estrategias para llegar a su público objetivo como son volanteo, redes sociales y organización de eventos para generar noticia. También utilizan las redes sociales como un buzón de sugerencias ya que no cuentan con uno físicamente y es ahí donde atienden los descontentos de los consumidores, analizando esto es algo negativo ya que todo se hace público y puede generar pérdida de futuros clientes.

ENCUESTA AL PUBLICO EXTERNO

Como conclusión, los resultados de la encuesta demostraron que el restaurante Makani no cuenta con estrategias de comunicación ya que su público no lo recuerda

ni lo sigue en las plataformas sociales, además la encuesta demuestra que los consumidores no se sienten a gustos con su servicio y diseño ya que no está enfocado al público objetivo.

4. Propuesta Diseño de Plan de Comunicación Restaurante Makani

El objetivo de diseñar un plan de comunicación en esta investigación es fortalecer la imagen corporativa del Restaurante Makani a fin de:

- Conseguir notoriedad y valoración de imagen.
- Fortalecer la comunicación con los públicos a través de las redes sociales.
- Posicionar en la mente del público objetivo al restaurante Makani como la mejor opción en comida fusión.

El público objetivo de esta investigación serán hombres y mujeres de 18-40 años que han visitado el restaurante Makani de nivel medio- alto.

Los alcances esperados a través de esta investigación son:

- Mejorar la comunicación del restaurante
- Fortalecer la Imagen corporativa del Restaurante
- Incrementar venta

Teniendo además las siguientes limitaciones:

- Las páginas web no son usadas adecuadamente
- No cuenta con base de datos
- No tienen estrategias de comunicación adecuadas

El mensaje que se quiere transmitir al público es “Dar a conocer la diversidad de culturas, sabores, ambientes y experiencias un solo lugar, el restaurante Makani está comprometido a dar un servicio óptimo a sus clientes, contando con una diversidad de comida gourmet fusión que lo hace único en el mercado”.

4.1 Plan de comunicación para el fortalecimiento de la Imagen Corporativa del Restaurante Makani

TABLA No. 1

Objetivo	Público	Meta	Estrategia	Acción
Conseguir notoriedad y valoración de imagen.	Externo	Fortalecer la imagen, Hacerse conocer, crear un impacto y generar contenido	Utilizar técnicas de relaciones pública s empleándolos en medios de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> -Gira de medios -Asistir a programas de Tv y Radio como invitados, mostrando la preparación de los platillos exóticos del restaurante. -Menciones en programas de Tv y Radio por medio de canjes. -Organizar eventos -Música en vivo) -Generar noticia a través de personas reconocidas en los medios de comunicación. <p>(El dueño del restaurante Frickson Erazo jugador de selección de fútbol</p>
Fortalecer la comunicación con los públicos de las redes sociales	Externo	El restaurante podrá mejorar la relación con su público objetivo logrando el fortalecimiento de la imagen	<p>Enriquecer la comunicación con los clientes proporcionando una visión de la imagen corporativa con eficiencia</p> <p>Utilizando las redes sociales de manera adecuada para informar sobre las promociones y alternativas gastronómicas que brinda el restaurante</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Utilización de las plataformas sociales, Facebook, Instagram, Twitter. -Desarrollar Página WEB -Crear una base de datos con información de los consumidores. -Crear contenido que llame la atención y postearlo diariamente -Vía Email Enviar información actualizada de Makani -Promociones vigentes -Invitaciones a eventos realizados por el restaurante
Posicionar en la mente del público objetivo al restaurante Makani como la mejor opción en comida fusión	Externo	Tener un nombre reconocido dentro del medio gastronómico	Crear alianzas estratégicas	<ul style="list-style-type: none"> -Crear alianzas estratégicas con tarjetas de crédito difundir al restaurante a través de estados de cuenta -Participar en descuentos con el uso de esas tarjetas. -Crear alianzas con Hoteles y agencias de viaje.

4.2 CALENDARIO

TABLA No. 2

Acciones - Tiempo	Agosto				Septiembre				Octubre				Observaciones
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Gira de medios Tv Programas Matinales													Se asistirá como invitados para exponer la preparación del estilo comida fusión
Radio													El dueño del Restaurante asistirá como invitado y hablara de Makani
Publicar contenido en plataformas sociales Facebook, Twitter, Instagram													El contenido será publicado diariamente
Publicidad en estados de cuenta													Una vez al mes la marca de Makani saldrá en estados de cuenta con tarjetas de crédito
Música en vivo													Música en vivo la primera semana de cada mes(se invitarán a nuevos artistas para apoyar el talento Ecuatoriano)
Promociones Comida fusión													Se realizarán nuevas promociones al comienzo de cada mes
Creación de Página web													Se creará una página web en el primer es de la implementación del plan
Enviar contenido por vía Email Promociones, Información etc													Se enviará por correo electrónico información de Makani y promociones al comenzar el mes
Realizar eventos													Se realizarán eventos para generar contenido y crear noticia.

Elaborado por: Ullany Gelo

4.3 PRESUPUESTO

TABLA No. 3

Actividades	Costo	#	Total	Observaciones
Gira de medios Tv Programas Matinales	\$80	5	\$400	Solo se invierte en los ingredientes que se usarán para la demostración
Radio	\$40	3	\$120	Canje, solo se invierte en obsequiar piqueos
Publicar contenido en plataformas sociales Facebook, Twitter, Instagram	0\$	indefinido	\$0	No tiene costo
Publicidad en estados de cuenta	1000	3	3000	3 publicación en estados de cuenta de tarjeta
Creación de Página web	\$500	-	\$500	Contratación de un diseñador.
Realizar eventos	\$2000	3	\$6000	Eventos para generar contenido , dentro de Makani
Recuerdos Plumas, Agendas	\$500	-	\$500	Inversión de \$500 en recuerdos
	Total		10.520	

Elaborado por: Ullany Gelo

Seguimiento y evaluación:

- Se realizará el seguimiento de este proyecto de investigación encaminando el proceso de cumplimiento de las acciones planificadas, analizando los cambios y variaciones que se verán notoriamente de acuerdo al proceso de cada actividad, se evaluará la efectividad para alcanzar las metas.
- Toda información debe sustentarse con datos cuantitativos, se medirán los resultados realizando una encuesta antes y después de aplicar el plan de comunicación, la misma que se utilizó anteriormente para poder analizar la situación actual del restaurante en cuanto a servicio al cliente y percepción de la marca por el público externo.
- También serán medidas las plataformas sociales observando si sus seguidores e interacciones han aumentado de manera notoria.

- Otra manera de medir será verificando si las ventas han mejorado luego de haber sido aplicado el plan de comunicación.

CONCLUSIONES

- La implementación de un plan de comunicación beneficia de manera directa al restaurante Makani, fortaleciendo la comunicación e imagen corporativa.
- Se determinó los aportes teóricos en los que se basa el proyecto de investigación ayudando a analizar y describir teorías y enfoques que sirven para llevar a cabo el objeto de estudio brindando un conocimiento más profundo de la teoría que le da significado a la investigación.
- La implementación de un plan de comunicación ayuda a caracterizar la imagen corporativa actual de restaurante Makani, determinando su diferenciador y cualidades dentro del medio gastronómico, se observó que el atributo que llama la atención es su menú, porque contiene platillos exóticos y esto puede ser utilizado para su promoción.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere la implementación del plan de comunicación propuesto para poder trabajar con su imagen corporativa, siendo este una guía para poder manejar adecuadamente la imagen corporativa del restaurante.
- Es importante que el restaurante emplee las estrategias en las redes sociales para dar información de su servicio y promociones así generar nuevos seguidores y posicionamiento.
- Se recomienda la contratación de un relacionista público para el manejo de la imagen del restaurante, para que el proceso de comunicación se mantenga de manera adecuada.
- Es sustancial que el restaurante ponga en práctica la ejecución del diseño del plan de comunicación, para reparar y modificar varias falencias que existen, pudiendo brindar un servicio excepcional y satisfacer las necesidades del público objetivo.

BIBLIOGRAFÍA

1. Adler & Marquardt Elmhorst, J. (2005). *Fundamentos de la comunicación en las empresas y las actividades profesionales. En Comunicación Organizacional principios y prácticas para negocios y profesiones*. McGraw Hill.
2. Alejandra, Z. (2011). *Roguin Identidad Corporativa*. Obtenido de <http://roguingurafikko.blogspot.com/2011/04/cuando-una-empresa-necesita-identidad.html>
3. Alvarez, F. (15 de febrero de 2013). *Mundo administrativo*. Obtenido de <http://mundoadministrativo.net/la-comunicacion-concepto-e-importancia/>
4. Cornejo, A. (2007). *Definición ABC*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/comunicacion/imagen-corporativa.php>
5. Costa, J. (1995). *"Comunicación corporativa y revolución de los servicios"*. España. Ediciones Ciencias Sociales.
6. Costa, J. (1999). *Imagen Corporativa en el siglo XXI*,. Ed. La Crujia ediciones.
7. Dumont, S. (2010). *Comunicación Global*. Obtenido de <http://www.cglobal.com.ar/servicios/20comunicacion-institucional/comunicacion-externa/>
8. Duro, E. (28 de 03 de 2011). *Medios y Comunicación Empresarial*. Obtenido de <https://mediosycomunicacionempresarial.wordpress.com/2011/03/28/la-importancia-de-un-planes-de-comunicacion-en-la-empresa/>
9. Esther. (2009). *Tiempos Modernos*. Obtenido de <http://www.tiemposmodernos.eu/ret-tipos-de-comunicacion/>
10. Estrella, A. (2007). *Comunicación Visual*. Obtenido de <http://argyhg71.blogspot.com/2007/08/qu-es-la-comunicacin.html>
11. Fajardo, Ó. (2009). *Friendly Business*. Obtenido de <https://fbusiness.wordpress.com/2009/01/25/la-importancia-de-la-comunicacion-corporativa-en-las-organizaciones-claves-para-su-gestion/>
12. González, R. M. (2015). *RRPPnet*. Obtenido de <http://www.rrppnet.com.ar/comunicacioninterna.htm>
13. Hermosilla, A. J. (2005). Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=0ahUKEwik-dnHptHNAhXGKB4KHTazBkkQFggyMAQ&url=http%3A%2F%2Fconocimient>

o.incae.edu%2FES%2Fno_publico%2Ffilgo05%2Fpresentaciones%2FA.Moler
oPlanComunicacion.pdf&usg=AFQjCNG0I9h0rppj_bi4-9YDN-u

14. King, K. (2012). *Grandes Pymes*. Obtenido de <http://www.grandespymes.com.ar/2012/04/11/comunicacion-organizacional-tipos-y-formas/>
15. Koh, G. (2014). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-la-comunicacion-organizacional/>
16. Leodano, A. (2010). *workpress*. Obtenido de <https://angeltoledano.wordpress.com/tag/comunicacion-ascendente-descendente-horizontal-y-diagonal/>
17. Matini, N. (1998). *Fido palermo*. Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/images/trabajos/7799_25538.pdf
18. Ortiz, A. (2015). *Florbe*. Obtenido de <http://florbe.com/pe/administracion-de-empresas/comunicacion-descendente>
19. Posadas, M. (2014). Comunicación Organizacional. *TURevista Digi.U@T.*, <http://www.turevista.uat.edu.mx>.
20. Ramirez, P. (21 de Diciembre de 2014). *El pais*. Obtenido de http://elpais.com/elpais/2014/12/19/eps/1419013223_225275.html
21. Ribera, X. (2013). *ivace*. Obtenido de <http://disseny.ivace.es/es/comunicacion-e-imagen/empresa-y-comunicacion/el-plan-de-comunicacion.html>
22. RRPPnet. (2016). *Publicas Portal de Relaciones*. Obtenido de <http://www.rrppnet.com.ar/identidad.htm>
23. Salazar Carrasco, C. d. (s.f.). Diseño de un plan estratégico de comunicación interna para el fortalecimiento y mejora de sentido de pertenencia y cultura organizacional de la Universidad de las Américas. *Facultad de Posgrados*. Quito.
24. Solís, S. (2012). *Expresionsocoshernandez*. Obtenido de <http://expresionsocoshernandez.blogspot.com/2012/03/clasificacion-de-los-tipos-de.html>
25. Soto, B. (2011). *Comunicación Organizacional*. Obtenido de <http://sotolobeatriz.blogspot.com/2011/02/ejemplos-de-comunicacion-organizacional.html>
26. Thompson. (2008). *Promonegocios.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>

27. Trelles, I. (2001). *Comunicación organizacional*. Habana: Félix Varona.
Obtenido de <http://www.scriptorium.uh.cu/xmlui/handle/123456789/1076>

28. Zuny, M. (2015). *El arte de la palabra*. Obtenido de
<https://zunymartha.wordpress.com/la-comunicacion/tipos-de-comunicacion/>

013. USO DE LAS REDES SOCIALES COMO ESTRATEGIA DE MARKETING DE DESTINO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN TURISTICA ESTUDIO DE CASO PARROQUIA DE CUSUBAMBA.

Autores:

Ing. María de Lourdes Zambrano Calvache Msc ¹,

Guisella Gabriela Guerrero Onofre, ²,

Lcdo. Iván Jaramillo Lozano³. ¹

Catedrático tiempo Completo en la Universidad de Guayaquil, (FACSO-TURISMO), ² estudiante egresada de la universidad de Guayaquil, (FACSO- TURISMO), ³ Gerente de Proyecto Híper S.A.

1maria.zambranocal@ug.edu.ec; 2starquis@gmail.com; 3ijaramillo@satelcorp.net

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue analizar el uso de las redes sociales como estrategia para un plan de marketing de destinos la promoción y de los recursos turísticos existentes en la parroquia de Cusubamba.

Como método de investigación en este trabajo se contó con el método inductivo y deductivo, sintético, analítico, histórico como también con el tipo de investigación descriptiva y de campo, principalmente. En donde se determinó la muestra aplicando la entrevista, la encuesta y la observación de sus recursos turísticos.

Se identificó que Facebook e Instagram son las plataformas más utilizadas en la promoción online en todo el mundo siendo estas unas de las redes sociales más explotadas para la promoción y difusión de destinos

A través de estas redes pretende aumentar el flujo turístico por parte de los turistas tanto nacionales como extranjeros, para esto se utilizó estrategias 2.0 aplicado al turismo de tal manera que la información llegue de forma rápida y que los turista enfoque su atención en la parroquia Cusubamba considerándola un destino a visitar en su próximos viajes.

PALABRAS CLAVE: redes sociales, marketing de destino, estrategias 2.0

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the use of social networks as a strategy for destination marketing plan and promote existing tourism resources in the parish of Cusubamba.

As a research method in this work was featured inductive and deductive, synthetic, analytical, historical as well as with the type of descriptive and field research, mainly method. Wherein the sample using the interview, survey and observation of its tourism resources was determined.

It was identified that Facebook and Instagram are the most used platforms in the online promotion worldwide being these some of the most exploited social networks for promotion and diffusion of destinations

Through these networks it aims to increase the tourist flow by domestic many foreign tourists to this 2.0 strategies applied to tourism so that information reaches quickly was used and that the tourist focus their attention on the Cusubamba parish considering a destination to visit on your next trip.

Keywords: Social Networks, destination marketing, Strategies 2.0

Introducción

En estos últimos años el marketing ha evolucionado al igual que la web hoy por hoy se ha convertido en herramientas útiles para millones de personas que lo utilizan, motivo por el cual las redes sociales se han convertido en un medio fundamental para la comunicación entre personas como también un canal de promoción y difusión de productos, servicios y destinos.

Este trabajo de investigación propone a las redes sociales como parte de una estrategia dentro de un plan de marketing ya que a la hora de tomar decisiones los turista en este caso influyen en la elección del destino, por otro lado el nuevo destino deberá contar con objetivos específicos ya que de esto depende su éxito o fracaso, este trabajo está basado en dos redes importantes como lo es Facebook e Instagram como parte de la estrategias de promoción del lugar ya que son plataformas que dan la oportunidad de hacerse conocer a más de un millón de usuario y no solo eso sino también hallar información valiosa lo cual puede ser utilizada.

La parroquia de Cusubamba que se encuentra situado el cantón Salcedo de la provincia de Cotopaxi, destino que no ha sido potenciado a causa de no poseer promoción y difusión de dicha zona, por tal razón es necesario la realización de un plan de marketing de destino mediante las redes sociales ya que a través de ellos se puede mostrar todo su potencial de tal forma demostrar el poder que posee las redes sociales al momento de promocionar y difundir un nuevo destino.

Revisión de la literatura

Web 2.0

Para (Fumero y Roca, 2007) en el libro la web 2.0 hace hincapié en que *“La Web dos (punto) cero podría definirse como la promesa de una visión realizada: la Red –la Internet, con mayúscula o minúscula, que se confunde popularmente con la propia Web– convertida en un espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte a y formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento. Con minúsculas porque nace de la propia acción social en interacción con un contexto tecnológico nuevo”*.

El término nace de la editorial O'Reilly Media en el año 2004, trata de explicar que la

web 2.0 es el gran inicio de una nueva era, es decir una segunda generación en la web comparada con lo que fue la web 1.0 basada en enciclopedia y contenido básico mientras que la web 2.0 abarca mucho mas tipo de redes sociales entre ellas están los wiki, las plataformas como Facebook, foros, galerías, blog, entre otras es decir genera “*conceptos de contenidos*”, que hacen de la información se intercambie entre los usuarios haciendo que esta sea rápida y efectiva, en conclusión la web 2.0 está formada por bases de datos los cual los usuarios pueden acceder a ella para añadir, quitar contenido a la información.

Marketing de destinos y las redes sociales

Para (Bigné y Alcaniz, 2000) asegura que el marketing de destino se define como una forma de promocionar una ciudad o un país con el propósito de que esta incremente su afluencia turística ya sea en corto o largo plazo, sin embargo, esta no solo abarca una ciudad sino también empresas vinculadas a la actividades turísticas como son: las agencias, hoteles, transporte entre otras entidades, por lo tanto al involucrar tanto se debe de realizar una estrategia lo cual sea eficaz para su promoción.

El marketing de destino también busca llamar no solo la atención de los turistas sino también de inversionistas o bien sea posicionar un producto en el mercado externo mediante la utilización de una marca turística.

Sin embargo, para (Acerenza, 2000) el establece que el marketing de destino no solo es la promoción del lugar sino también la participación del estado o empresa privada para promover el desarrollo sustentable del destino beneficiando así a todos los involucrados.

En conclusión, el marketing de destino no solo es la promoción de un nuevo destino sin haber sido descubierto, sino también esta puede ser el posicionamiento de una ciudad o en el caso de restablecer la imagen de un atractivo o país que haya sufrido algún incidente ya sea este desastre natural, político sanitarios entre otros.

Definición de red social

Para (Bordes,2013) una red social es un medio de comunicación mediante una plataforma web 2.0, en donde podrás encontrar personas con los mismos gustos, hacer nuevos amigos contactarse con la familia, o inclusive compartir información, fotos, mensajes, y más.

Por otro lado (Triviño, 2011) define a las redes sociales como herramientas de comunicación masiva por medio del cual se crea un perfil de usuario, con el objetivo de intercambiar ideas e información de diversos índole. Este sistema puede tener diversos formatos como blogs, vlogs, fotografías, correos, entre otros.

Las redes sociales poseen dos aspectos de importancia tales son: el SMO que significa social media optimización, quiere decir que mejora un sitio web. El segundo es el marketing en las redes sociales pues esto no es más que una forma rápida de hacer publicidad, ya que a través de este medio se puede comprar o vender un producto o servicios de forma inmediata, su promoción y difusión es de forma rápida y efectiva.

Sin embargo, para (Matias, 2012) una red social o social network es considerada como una canal de comunicación entre personas ya que les permite compartir ideas, fotografías, tips, video e inclusive realizar publicidad que comparten entre ellos, una red social también puede ser abierta o cerrada dependiendo el tipo de privacidad que desee tener. Posee tres características indispensables dentro de una red sociales tales son:

- Debe ser personalizada ya que mediante el análisis de la información obtenida a través del feedback se podrá estudiar de mejor forma que se podrá segmentar y saber hacia que target se va a dirigir la campaña de una promoción.
- Debe ser masiva con la utilización de las herramientas correctas y con poco presupuesto se puede llegar a un gran número de target.
- Debe ser bidireccional esto hace referencia a la relación directa entre los usuario y el empresario.

En resumen, las principales herramientas en este artículo son la web 2.0, el marketing de destinos y las redes sociales se puede lograr una estrategia que haga que un destino con potencial se desarrolle.

Metodología y objetivos

Para este trabajo de investigación se utilizó el método mixto el cuantitativo y el cualitativo. El cuantitativo consistirá en tener la suficiente información mediante la utilización de herramientas tales como la encuesta y la observación en donde se durante el proceso de la investigación. En cuanto el enfoque cualitativo consistirá en el análisis de las preguntas y la respuesta mediante la encuesta con el fin de hallar una solución lógica.

Mediante el trabajo de campo realizado se recolecto toda la información valiosa y necesaria desde el lugar de los hechos con el fin de hallar la solución al problema planteados en este trabajo.

También se contó con la investigación bibliográfica ya que este método logra profundizar más en un tema como se analizó al inicio. Se optó por recolectar toda la información mediante el uso de libros, páginas web, documentos, los cuales permita mostrar datos reales y coherentes en el proyecto.

Además se usó el método inductivo y deductivo dentro de este trabajo El método inductivo consiste en ir desde lo general a lo particular, es aquel que analiza los elementos mediante la observación, experimentación y comparación de información para llegar a un concepto, mientras que el método deductivo va de lo particular a lo general, esto quiere decir que analiza el concepto para llegar a dichos elementos a través de la aplicación, comprensión y demostración de los datos.

En el Ecuador hay personas que desconocen ciertos lugares que existen en el país uno de ellos son los recursos turísticos que posee la parroquia de Cusubamba debido a que no cuenta con un plan de marketing para potenciar sus recursos es por tal motivo se propone un plan de marketing de destino mediante las redes sociales para promoción y difusión con el objetivo de dar a conocer más acerca de sus recurso, de esta forma motivar a los potenciales turistas tantos nacionales como extranjeros a viajar a dicha zona.

Para la recolección de los datos fue necesario diseñar un cuestionario de preguntas de preferencia cerradas para determinar el perfil del turista y conocer las opiniones de tal forma encontrar la solución al problema planteado a demás se realizó entrevista al presidente de la junta parroquial de Cusubamba utilizando una guía de preguntas, también se trabajó con la ficha de observación para conocer el estado de sus recursos que van a ser potenciados.

Para determinar la población se estudió a las personas que llegaban al terminal del cantón Salcedo para su desplazamiento a los diferentes puntos, tomándolo como referencia para este trabajo de investigación.

Resultados

Tras la recolección de datos en las encuestas realizada a 384 personas se determinó lo siguientes.

El tipo de turista que visitan el lugar comprende las edades entre 26 a 35 años con un 28%, mientras que el 27% son de 19 y 25 años, el 22% son los mayores de 18 años y por último el 23% están los de más de 35 años de edad, como se puede dar cuenta la mayoría que llega al cantón salcedo son jóvenes de 26 y 35 años de edad.

El 36% de ellos trabajan es decir poseen lo recursos para su movilización, el 21 y 18 % de la población encuestada son de las cercanía del lugar.

Tabla #1

Conocimiento del lugar	Numero de encuestado	Porcentaje
Si	204	53%
No	180	47%
Total	384	100%

Conoce usted la parroquia de Cusubamba

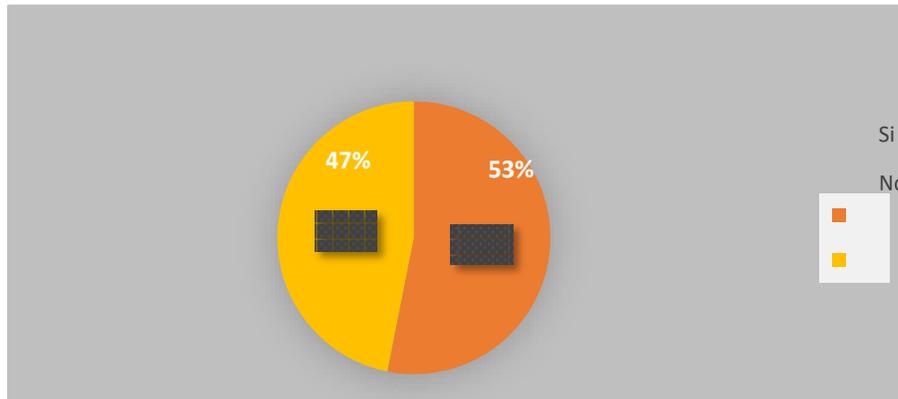


Ilustración 1 determinar el nivel de conocimiento acerca del destino a potenciar
Fuente: investigación

Elaborado por: Los Investigadores

Esta pregunta se realizó con el fin de saber que tanto saben las personas acerca de la parroquia de Cusubamba es por ello que el 53% saben de su existencia mientras que lo 47% lo desconocen.

Tabla #2

Medio de publicidad	Numero de encuestado	Porcentaje
Agencia de viaje	60	16%
Televisión	54	14%
Redes sociales	250	65%
Prensa	15	4%
Otros medios	5	1%
total	384	100%

Otra de las preguntas realizada en esta encuesta fue cual es el medio más efectivo para la realización de publicidad de tal manera conocer la opinión de los turistas al

momento de realizar una promoción así tenemos que el 65% de las personas optaron por el uso de las redes sociales como el método más acertado dentro de una promoción y difusión.

¿Cuál considera Ud. Que sea el medio más rápido para promocionar y difundir un nuevo...



Ilustración 2 principales medio como canales de desarrollo de la propuesta

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los Investigadores

Tabla#3

Redes sociales	Número de encuestado	Porcentaje
Facebook	130	34%
Twitter	42	11%
Pinterest	47	12%
Snapchat	36	9%
Instagram	129	34%
total	384	100%

Como complemento a este trabajo de investigación acerca del uso de las redes sociales como estrategia dentro de un plan de marketing de destino, fue necesario saber cuáles serían las plataformas con más aceptación para el desarrollo del plan

así esta que el 34% de las respuesta fue para Facebook e Instagram como los medio con más interacción.

¿En cuál de las siguientes redes sociales considera que se deba promocionar y difundir la parroquia Cusubamba?

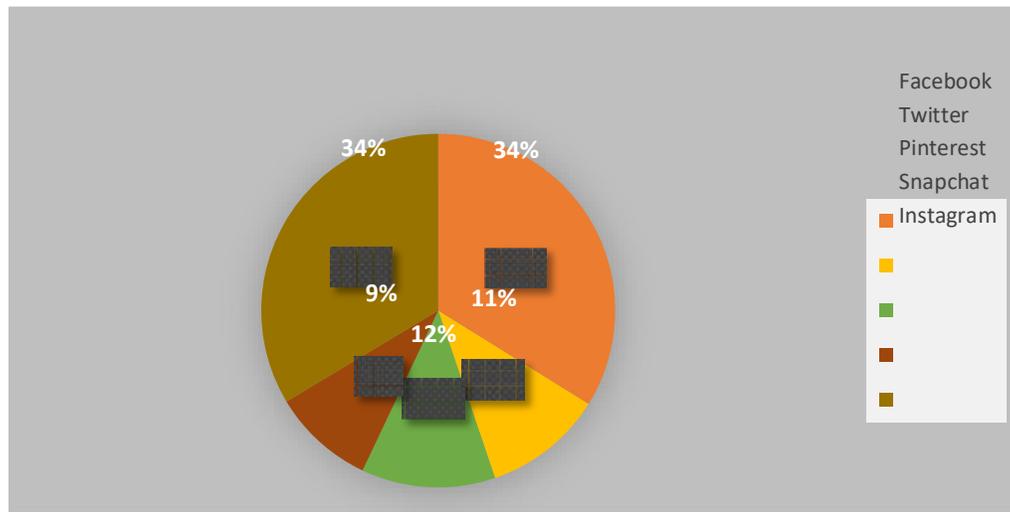


Ilustración 1 Desarrollo de las estrategia mediante las principales redes sociales

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los Investigadores

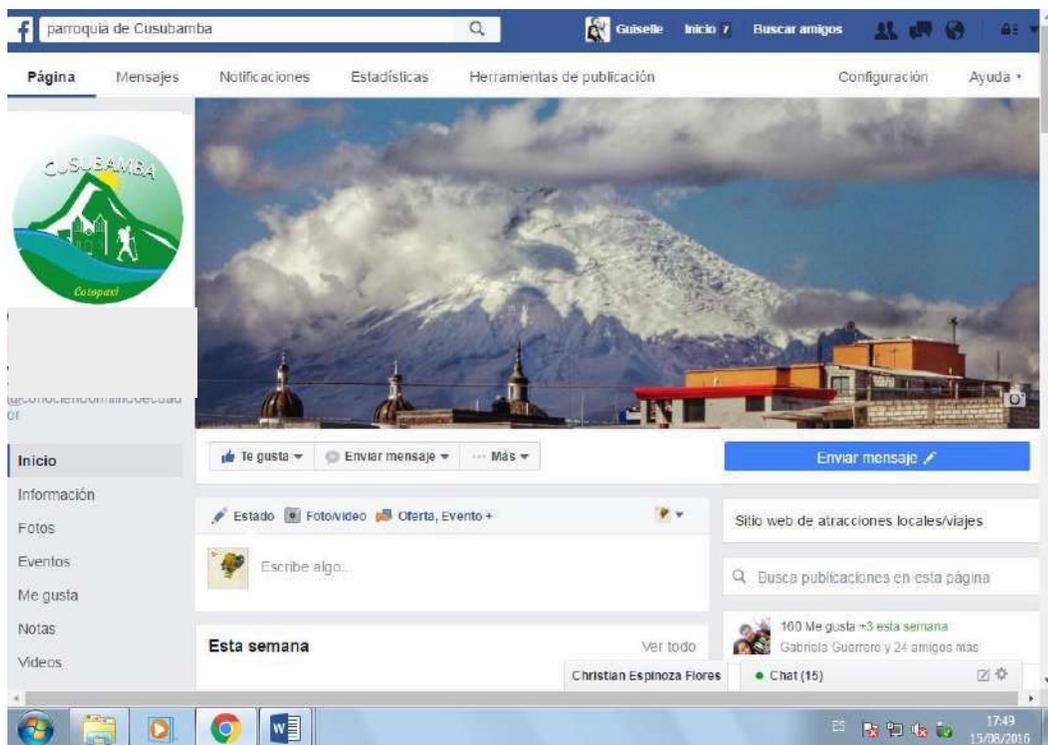
Objetivos específicos de la propuesta

- Incrementar la afluencia turística en la parroquia de Cusubamba mediante la aplicación de estrategias 2.0
- Proporcionar información de utilidad para los turistas.
- Realizar tácticas publicitarias paralelas a las estrategias

Estrategias orientadas a la promoción y difusión de los recursos turísticos mediante las redes sociales Facebook e Instagram para la Parroquia de Cusubamba

Porque Facebook?

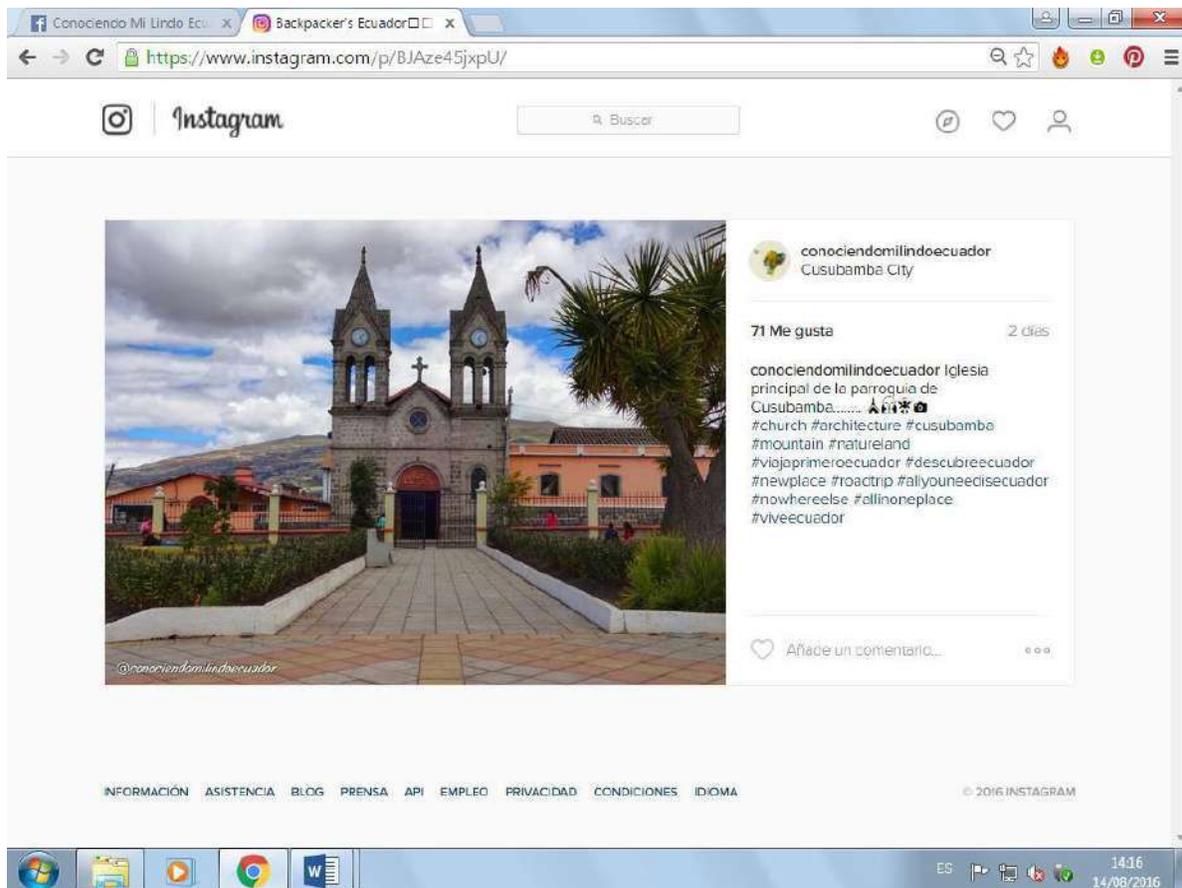
Considerada por ser una red social de tipo horizontal debido a que su enfoque no está definido, la fan page contara con artículos, imágenes, tips, infografías, actividades e inclusive transmisión en vivo desde el lugar a manera de reportajes turísticos, también habrá concurso para los usuarios, su mensaje debe ser calidad, debe instruir y dejar una imagen positiva, se posteara de tres a cinco veces al día. Con el objetivo de generar engagement con la comunidad de tal forma que se sientan identificados, también se llevara un control de actividad mediante las estadísticas del fan page de esta forma la comunidad ira creciendo.



Parroquia de Cusubamba
Fuente: propia

Porque Instagram?

Instagram es una red social de tipo vertical debido a que su temática se encuentra definida, esta contara con videos cortos y fotos de los recursos turístico, como también de los backstage, las actividades realizadas por parte de los turistas, la gastronomía típica, eventos y mucho más, para que las publicación resalten y llevar un control se hará uso de los hashtag los cuales sirven para destacar una publicación y esta sea visible antes más usuarios.



Fuente: propia

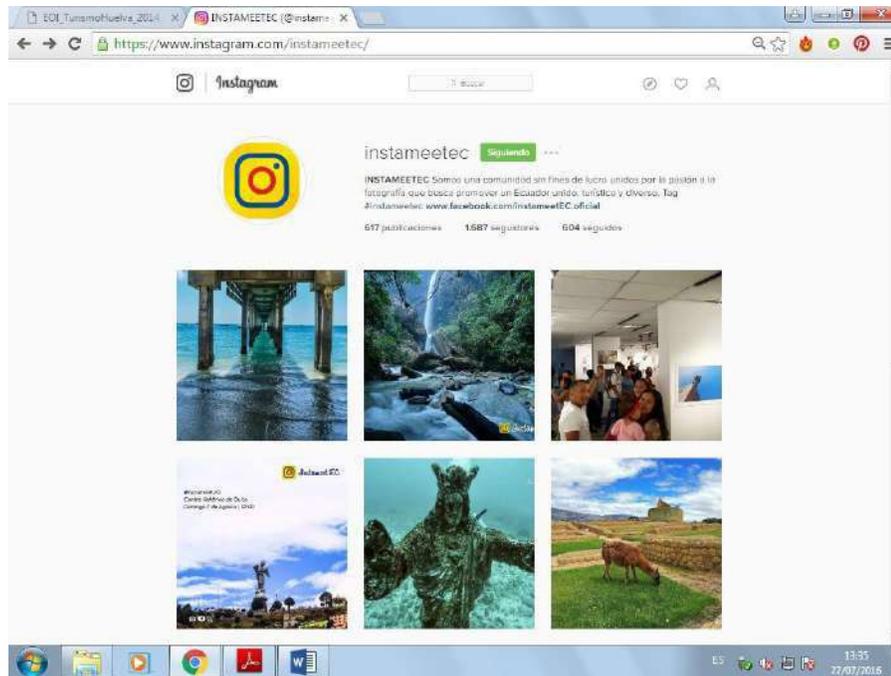
Tácticas publicitarias

Muy aparte de contar con las estrategias antes mencionadas se hará uso de tácticas alternas de tal manera obtener mayor alcance dentro del plan de marketing de destino.

Para ellos se cuenta con el apoyo de la comunidad online **InstameetEc** (Instagram) y la red turística del Ecuador **Turistiqueros** (Facebook).

InstameetEc: comunidad sin fines de lucro que busca posicionar el Ecuador como una potencia turística a nivel internacional, sus actividades consiste en la realización de convocatorias a nivel nacional y de participación gratuita sea este extranjero o local a las salidas de campo con el fin de conocer un nuevo destino, aprender, y realizar nuevas amistades , su principal objetivo es compartir sus experiencias y anécdotas vividas en la visita del destino de tal forma que genere grandes expectativas y buenas referencia del lugar de dicho lugar, esta táctica ayudara al posicionamiento del lugar ya que contara con varios puntos de vista solo se deberá contar con una cuenta activa de Instagram en donde será publicadas resaltando su contenido a través del uso de los hashtag, de tal forma que los futuros turistas podrás conocer y obtener mayor información del lugar además de la interacción directa entre las personas también cuenta con el apoyo del ministerio de turismo.

Página principal de InstameetEc



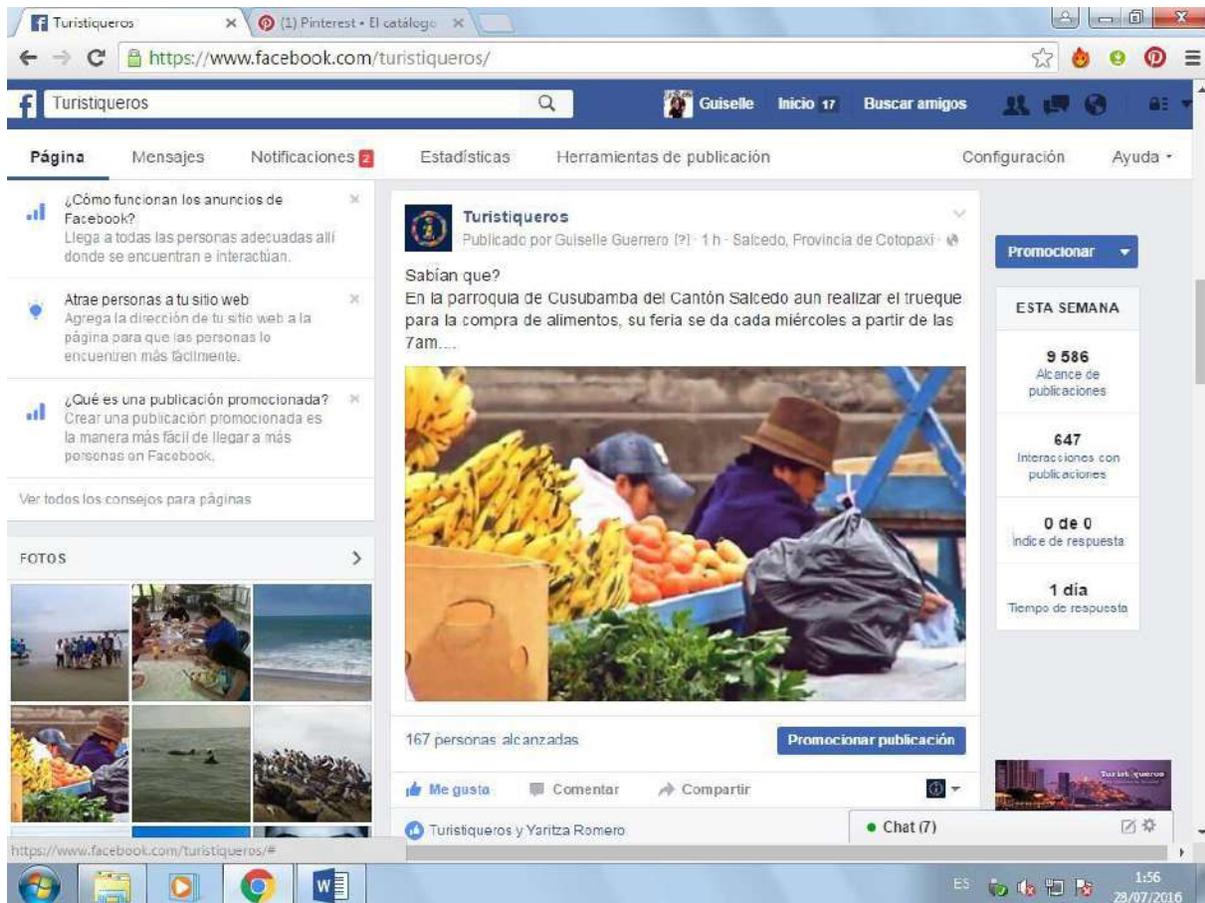
Fuente: propia

Turistiqueros: Red turística del Ecuador amantes de la naturaleza, de las diferentes culturas, de destinos no siempre promocionados, sino también de redescubrir lo ya conocido. Busca ser una vitrina de Ecuador al mundo, con el fin de que conozca toda nuestra riqueza cultural y natural.

Cuenta con la colaboración de varios profesionales en el ámbito turístico tales como guías de turista, operadores de turismo, agencia de viajes, entre otros.

Página principal de Turistiqueros

Fuente: propia



Costo y beneficio de las fan page

Beneficio

- 1.- La creación de una fan page es gratis
- 2.- Interacción con los usuarios mediante fotos, transmisiones en vivo, documentos, sorteos y mucho más.
- 3.- Sin límite de usuarios

Costo

La promoción de la fan page elaborada puede darse de forma gratuita es decir invitando a todos los contactos a que la visiten y a su vez ellos inviten a otros usuarios a ser parte, su visibilidad puede ser menor.

Mientras que la promoción de la pág. también puede darse de forma pagada

mediante la creación de anuncios llamados Social ads a muy bajo costo estas publicaciones aparecerán en el costado derecho de cada usuario una vez seleccionado el target al que la publicidad quiere llegar. Existen 5 formas de hacer publicidad en Facebook.

La primera consiste en la promoción de la fans page con el fin de captar más fan, la segunda y más efectiva es la promoción de la publicaciones además de promover lo que se está ofreciendo se capta a los fans, la tercera sirve para atraerá usuarios a que visite una página web recomendado para vender un producto o servicio, la cuarta para tiendas online, y la últimas para la promoción de aplicaciones.

La parroquia de Cusubamba opto por el pago del conjunto de publicación de tal manera que tanto la fan page de Facebook como de Instagram contara con la promoción y difusión.

Discusión

Entre los objetivos de este articulo antes mencionados tales como Incrementar la afluencia turística en la parroquia de Cusubamba mediante la aplicación de estrategias 2.0, Proporcionar información de utilidad para los turistas, y Realizar tácticas publicitarias paralelas a las estrategias nos llevó a realizar estrategias basadas en redes sociales.

Con la utilización de las redes sociales como parte de una estrategia marketing de destino se realizó una promoción y difusión del lugar debido a que no existen páginas en donde se realice lo antes descrito, para la realización la de publicidad se utilizó las dos redes con más usuarios como son Facebook e Instagram perteneciente a las misma compañía sin embargo con temáticas diferentes, además de ser redes sociales totalmente gratis.

A través del uso de las redes sociales se pretende facilitar información útil acerca de la parroquia de Cusubamba de tal manera a que a los turista se interesen en visitarla , se proporcionara contenido tales como fotografías de los recursos turísticos existentes, tips, datos curiosos, festividades, actividades, además de transmisiones en vivo desde el mismo lugar entre otras cosas de importancia y utilidad para el turista, es por ello que la mejor formas de promocionar y difundir y dar a conocer un nuevo destino turístico son las redes sociales ya que sus resultados son positivos.

Conclusiones

Todas las organizaciones tanto públicas como privadas de turismo deben estar presentes y ser partícipe de las redes sociales, ya que se puede interactuar de manera directa con nuestro público objetivo además de la creación de estrategias de marketing innovadoras. Estas deben ser creativas e innovadoras, estar bien planeadas y utilizadas en conjunto puede aumentar el número de usuarios, para lograr mayor visibilidad y crear un gran diferencial entre para el destino turístico.

Durante la investigación se observó que el marketing 2.0, específicamente en las redes sociales puede desempeñar un papel importante dentro de una promoción y difusión turística online. Cabe resaltar que las redes sociales son más útiles para el marketing y pueden ser utilizados como un canal de información para compartir experiencias, información, consejos, que sean de interés para los turistas.

Otro tema que merece ser destacado que el marketing en los medios sociales es más barato que comprar anuncios, que las tradicionales, para ello se contó con la colaboración de comunidades online dedicadas al turismo.

Por último las estrategias y tácticas utilizadas en esta investigación fueron realizadas para la captación de un target el cual que está compuesto por hombres y mujeres dedicados a realizar viajes por motivo de ocio y recreación.

Bibliografía

Fumero, A., & Roca (2007). Web 2.0. España: editorial: Fundación Orange.

Bigné, E., & Alcaniz, J. (2000). Marketing de los destinos turísticos análisis y estrategias de desarrollo. Madrid, España: ESIC Editorial.

Acerenza, M. (2000). Marketing de destino turístico. México: editorial: Trillas.

Bordes, R. (2013). El ABC de las redes sociales.
<http://www.juanmerodio.com/2010/nuevo-libromarketing-en-redes-sociales-mensajes-de-empresa-para-gente-selectiva/>.

Triviño, A. B. (2011). Redes sociales y medios de comunicación. Las redes sociales: un reto y una oportunidad. Conferencia Impartida para ATR Andalucía, Granada. Obtenido de en
http://www.academia.edu/1110814/Redes_sociales_y

Matías, M. (2012). El marketing digital en la empresa. Cataluña, España: Reputación corporativa online.

014. LINEAMIENTOS DE UNA PROPUESTA EPISTEMOLÓGICA PARA LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.

Autores:

Miguel Vasquez¹

Docente de Comunicación Estratégica
Universidad Andina Simón Bolívar, sede Quito, Ecuador
miguelvasquez9@hotmail.com

Melio Sáenz²

Programa de Manejo del Agua y del Suelo
Universidad de Cuenca-Ecuador
msaenz47@gmail.com

Resumen

Uno de los problemas fundamentales de la formación académica en nuestros países constituye la presencia de asimetrías propias de culturas dependientes: planes de estudio contruidos sobre bases alejadas de la realidad local y con un enfoque referencial, generalmente bibliográfico. Si añadimos los problemas epistemológicos, el panorama es sombrío y vulnerable puesto que los contenidos carecen de bases científicas suficientes. Actualmente, la transición que ocurre en todas latitudes, exige realizar un perfil profesional del comunicador que contribuya a mejorar el manejo de información incompleta, poco precisa y mal orientada para la vida de la comunidad, que es la que disponemos en nuestros países. Los problemas ocasionados por una población desinformada comienzan manifestándose como débil compromiso social cuando se requiere un manejo consistente de la dinámica de las estructuras hasta que se concluya la transición. El modelo de Comunicador Estratega Sustentable propuesto constituye paso evolutivo hacia los nuevos escenarios comunicacionales y se basa en una concepción sistémica. Este proceso comienza con una reflexión a partir del análisis de datos obtenidos a través de 3173 encuestas y entrevistas realizadas durante ocho años, en 245 organizaciones, con actores, entre autoridades, periodistas, comunicadores organizacionales, docentes, estudiantes universitarios, lo que nos permite identificar las relaciones entre la gestión sustentable de la comunicación, la organización y la sociedad en forma sistémica.

Palabras claves: Comunicador, estrategia, epistemología, sistema, sustentable

Abstract:

One of the fundamental problems of academic education in our countries is the presence of dependent own cultures asymmetries. Indeed, the curricula are built on remote bases of local reality and with a generally bibliographic reference approach experiences of other latitudes, leading to some useful knowledge. If we add the epistemological problems of certain disciplines, the picture that we presented is dark and vulnerable because it lacks specific scientific foundations to legitimize the knowledge of real and. Currently, the effervescence in which Latin American societies are required to design a professional profile of the communicator to help bridge the gaps created by handling incomplete, inaccurate and misguided for the life of the community. The damage caused by an uninformed population with little social commitment in circumstances occur which requires stability of social structures to mitigate the impacts of the global crisis. The model proposed Strategist Sustainable Communicator is the next evolutionary step to organizational communicator, is based on a systemic concept that overcomes advantage to existing analytical models. In the academic and pedagogical context is based on a reflection on data obtained through surveys and interviews 3173 for eight years (2007-2015), 245 organizations nationwide, with various stakeholders, including authorities, journalists, organizational communicators, teachers, university students, discovering the relationship between the sustainable management of communication with the organization and society in an integrated manner, with the need to fulfill a transcendental role in the life of society and giving the communicator tools sustainable strategic value to knowledge fulfilling their responsibilities.

Keywords: Communicator, strategist, epistemology, social, sustainable.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo experimentado por la Ciencia y la Tecnología durante el S. XX ha planteado serios desafíos en todas las esferas del quehacer humano. La formación profesional que a nivel universitario se requiere para que los grupos humanos sigan funcionando en armonía con la realidad necesita ser tratado tanto desde el punto de vista pedagógico, didáctico y metodológico que nos conduzca a una nueva concepción del modelo educativo, con base en las experiencias que se realizan en diferentes latitudes y de las cuales ya se comienza a obtener resultados.

En la actualidad, el modelo educativo vigente en el nivel universitario de muchos de nuestros países es poco riguroso y poco profundo, sobretodo en el ámbito de las ciencias sociales para las cuales la débil fundamentación científica heredada del romanticismo del S. XIX nos ha conducido hacia escuelas de pensamiento que,

temerosas de adentrarse en la aplicación de herramientas matemáticas y de beneficiarse de la teoría de sistemas para interpretar los acontecimientos que ocurren en los sistemas de la sociedad, tal como ha ocurrido en las Ciencias Naturales y una buena parte de las Ciencias de la Vida, han preferido auto limitar sus oportunidades de desarrollo conceptual y entregarse a corrientes ideológicas, a pesar de que la ideología nunca ha sido una herramienta que permita aproximarse de manera objetiva a la realidad.

La transición entre las viejas concepciones de la sociedad basadas en partidos políticos de discurso ideológico y de actores individuales y colectivos que no siempre transformaron su discurso en los resultados que ofrecieron, se presenta como un período histórico de serios cuestionamientos a las bases mismas de la organización social cuya realidad se viene construyendo con nuevos condicionantes entre los cuales encontramos dos preponderantes: la Teoría General de Sistemas que nos ofrece alternativas al pensamiento analítico clásico, incluyendo la complejidad y el pensamiento complejo, y la representación numérica de la información, que ha traído asociada el desarrollo de las telecomunicaciones, incluido el Internet (Sáenz Oleas C. , To appear).

De la mano de estos dos factores crece la sociedad que el futuro necesita para armonizar la vida, la naturaleza y la sociedad mientras los nostálgicos actores y agentes del pasado pugnan por recrear sus escenarios de conflicto y encuadrarnos en modelos cuyas bases epistemológicas ya no sirven para explicar la Sociedad que surge, crece, se fortalece y se desarrolla acorde con una nueva humanidad que se esculpe en relación armoniosa con la Naturaleza y con la Vida, y en la que la realidad ideológica será sustituida progresivamente por una realidad basada en el conocimiento científico, en el desarrollo tecnológico y en la innovación.

[Boceto de la Nueva Sociedad en el marco del conocimiento](#)

A pesar de que conocemos que las sociedades humanas se organizaron, a lo largo del tiempo, sobre la base del conocimiento del que dispusieron en sus respectivas épocas, en muchas ocasiones nos referimos a la presente época como la era del conocimiento, todo esto como reconocimiento a la herencia recibida del S. XX, siglo de las revoluciones inconclusas, durante el cual el vertiginoso progreso de la investigación científica, del desarrollo tecnológico y la innovación marcaron las pautas que nos han conducido al estado actual.

Señalábamos anteriormente que uno de los factores preponderantes para este desarrollo ha sido la Teoría General de Sistemas sobre la base de la cual hemos iniciado la construcción de un nuevo modelo de la sociedad teniendo en cuenta las

propiedades de los elementos que la constituyen, la estructura en que están organizados y las funciones y relaciones que existen o se pueden establecer entre ellos así como las funciones y relaciones que el sistema de la sociedad en si puede establecer con elementos del entorno.

Esta concepción de la sociedad permite considerar organizaciones que responden a la definición de sistema siguiente (Sáenz Oleas, Cisneros, Saqalli, & Sáenz, to appear):

Definición 1: Sea Ω un conjunto bien definido de elementos, por lo tanto un conjunto finito. A un conjunto de atributos y propiedades de los element de Ω y F el conjunto de relaciones y funciones que existen o que pueden establecerse entre los elementos de Ω o entre Ω y su entorno. Entonces la tripleta: es un Sistema.

$$S = \langle \Omega; A, F \rangle$$

En el contexto de la sociedad, el sistema S tiene como universo a todos los individuos y colectividades que hacen parte del mismo. En el ámbito comunicacional, el escenario está referido a un dominio territorial material o a un dominio virtual en el cual ejerce influencia la comunicación. Además, este sistema aloja procesos definidos de la siguiente manera:

Definición 2: Sea $S = \langle \Omega; A, F \rangle$ el Sistema anfitrión del proceso P , secuencia ordenada de actividades que conducen a resultados. El escenario S es un sistema si entre las relaciones que existen o que pueden definirse entre sus elementos consta un conjunto de funciones dinámicas P . (Sáenz Oleas C. E., 2009)

Los procesos que tenemos que considerar son de naturaleza clásica y los de tendencia moderna que aprovechan las facilidades puestas a disposición por los sistemas informáticos y de telecomunicaciones vigentes. Podemos considerar que la dinámica del escenario responde a la clásica definición de juego de escenarios:

Definición 3: El proceso P es un juego de escenarios si (Sáenz Oleas C. E., 2009):

- 1) Existe un tema consistente con la realidad;
- 2) Existe un conjunto bien definido de actores que tienen algo que decir sobre el tema;
- 3) Buscamos alcanzar un estado E^* del sistema, mejor en algún sentido que el estado actual E_0 , mediante el establecimiento de objetivos, políticas, estrategias, tácticas y tareas.
- 4) El proceso P conduce al Sistema S a través de diversos estados.

En la actualidad, los objetivos que guían el progreso del pensamiento humano buscan optimizar la participación de los seres humanos y de las instalaciones de procesamiento y transmisión de datos en términos de la calidad y cantidad de información disponible.

La sociedad del conocimiento dice el sociólogo norteamericano Daniel Bell (Bell, 1973), *es el resultado del desarrollo tecnológico-científico que posibilita al ser humano el conocimiento de su realidad y su producción acompañado de las nuevas dinámicas de la información y comunicación. Analizar el conocimiento desde la perspectiva del hombre y sus actividades cognoscitivas es denominado "filosofía de la ciencia"*.

Nonaka y Takeuchi (Nonaka & Takeuchi, 1995) aclaran que *el conocimiento es propio de los seres humanos* y explican que *el conocimiento en las organizaciones atraviesa por tres etapas: individual, reflejado en el talento y creatividad; grupal, integrado por el diálogo, la interacción y el trabajo y el corporativo, involucra toda la visión empresarial para la consecución de los objetivos y metas*. Esta afirmación considera que los seres vivos tienen capacidad de aprehender el conocimiento con diferentes niveles de sofisticación, determinados por sus propias necesidades.

El modelo ontológico acepta cuatro fases de desarrollo del conocimiento: *la exteriorización*, proceso intrínseco del ser humano donde el conocimiento se encuentra en construcción y su transmisión al exterior requiere codificación para ser comprendido. *Combinación*, conocimiento creado a partir de elementos externos básicamente obtenido por observación o experimentación que configuran un mundo de referencias. *Interiorización*, todos los elementos abstraídos de la realidad por la mente del hombre generan aprendizaje; es decir, nuevas capacidades cognoscitivas que permita estructurar su marco referencial. Este proceso, es la antesala de la socialización, que requiere de elementos como, la aprehensión para lograr que el conocimiento sea transmitido sin interferencia y logre comunicar lo estructurado.

Borrajo (Borrajo, Marínez, Juristo, & Pazos, 1993) propone *dotar al ser humano de procedimientos, métodos y técnicas que mejoren su capacidad de pensar y razonar para que estas actividades sean verdaderamente inteligentes*. Para ello, pretende, inmediatamente, automatizar las tareas rutinarias del pensamiento y razonamiento, ayudando a los seres humanos en la automatización de la parte más innoble de su actividad. Y a más largo plazo, un entendimiento concreto de la inteligencia, que facilite, por una parte, la apreciación de su sofisticación y por otra, intentar sintetizarla.

El hombre como objeto de la Ciencia (Arregui, Vicente, & Choza, 2002) *constituye un sistema o una estructura funcional de hechos*. Así, los administradores o directivos generalmente, enfrentan dificultades para detectar los problemas de forma espontánea, buscan acoplar los sistemas artificiales a problemas cuyo origen se gesta en los

sistemas naturales y con ello, se vislumbra una carencia de competencias para determinar las estrategias y herramientas de gestión que necesitan para solucionarlos, porque los tradicionales métodos y sistemas creados por el hombre constituyen una gran barrera para determinar causas y actores.

Edgar Morin (Morin, Introducción al pensamiento complejo., 1998) afirma que *un sistema complejo no puede resumirse en una palabra ni puede condensarse en una ley o en una sola simple idea. Esta complejidad requiere un análisis y comprensión de los escenarios presentes y futuros que afecten a la organización.*

“La complejidad aparece en donde el pensamiento simplificador colapsa, pero ella integra todo lo que es necesario para el orden, la claridad, la distinción y la precisión en el conocimiento y, mientras el pensamiento sintetizador desintegra la complejidad de la realidad, el pensamiento complejo integra de la manera más amplia las maneras simplificadoras de pensar, rechazando las mutilaciones, las reducción y la visión unidimensional que ocurren cuando se confunde la percepción del reflejo con la percepción de la realidad” (Sáenz, 2009).

De acuerdo con Montaigne: *“es mejor una mente bien ordenada que otra muy llena. Una cabeza donde el saber está acumulado, disperso demanda de un principio de selección y de organización que le dé sentido”.*

Morin (Morin, La mente bien ordenada, 2010) sostiene algo similar: *“una mente bien ordenada significa que, más que acumular el saber, es mucho más importante disponer a la vez: de una aptitud general para planear y tratar los problemas; de principios organizativos que permitan unir los saberes y darles sentido”.*

En la actualidad, se dispone de información proveniente de medios electrónicos y virtuales y que, en su mayoría, no permiten *“solucionar problemas que afectan el proceso de supervisión estratégica”* (Valette-Delamarre, 1993) porque se alejan de la realidad laboral.

Problema del conocimiento

La sociología del conocimiento se origina en los escritos de Francis Bacon, Emile Durkheim y Karl Mannheim, a pesar de lo cual su conceptualización no tiene la fortaleza necesaria, lo que permite a Robert Merton, en Mattelart (1997) señalar que *“se interesa principalmente por las relaciones entre el conocimiento y otros factores existenciales de la sociedad o la cultura”*, reconociendo como reflejar el efecto del conocimiento en los sistemas filosóficos, estéticos, religiosos y morales en que se efectúan; es decir, de qué

forma el conocimiento se presenta ante el ser humano y en qué marcos de referencia se desarrollan.

Desde la perspectiva constructivista, el conocimiento no es una copia de la realidad, sino una interpretación que cuenta con elementos propios que lo relacionan con el entorno, desde el cual puede adquirir una dinámica direccionada por la funcionalidad que quiere adquirir en el sistema, por lo que desde el punto de vista de la comunicación, es interesante diseñar procesos que permitan mejorar la calidad del conocimiento para ponerlo al servicio de la organización, en los que según Rasner (Rasner, 2010), la epistemología se encarga de estudiar la formación del conocimiento, el objeto y el sujeto a través de la interrelación entre el conocimiento y la estructura sociocultural del individuo. Serres en Garduño ((Garduño, Zúñiga, Rogel, & Aguado, 2008)) propone que la epistemología contemporánea ha llevado a un debate en el que se tiende a situar la generación de conocimiento entre dos perspectivas.

El conocimiento es un recurso, un valor y un patrimonio intangible que es fruto de la experiencia, incluso se podría decir de su capacidad y construcción histórica y que desafortunadamente no se exterioriza ni se materializa para facilitar su difusión. La *“importancia del conocimiento como factor de crecimiento y progreso resulta clave para educar a las personas en la idea de ‘aprender a aprender’. Las universidades juegan un papel preponderante para que los profesionales entiendan a cabalidad este proceso”* (Stiglitz, 2015), proceso en el cual es imprescindible referirse a la realidad como una entelequia.

Formación profesional

El ser humano configura su formación profesional desde edades tempranas. Predominan las Ciencias Sociales, Ciencias Exactas y las formaciones técnicas, como mostramos en el gráfico de la Fig. 1

ORIENTACIÓN PROFESIONAL

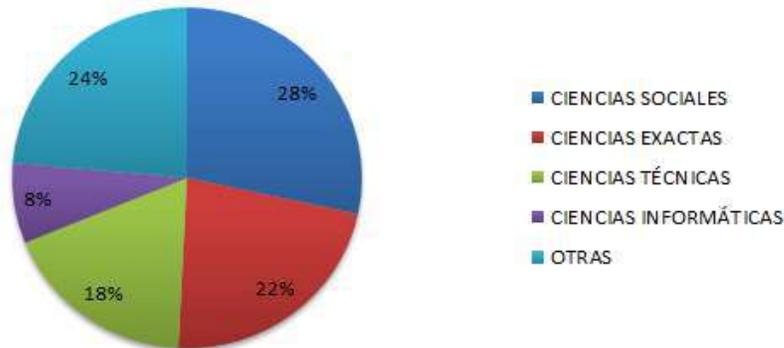


Figura 1 Distribución de preferencias para la formación profesional

El concepto de Ciencia ha sido interpretado, muchas veces, con una carga ideológica que ha querido interpretarla como ejercicios explícitos de la sociología del conocimiento, razonando acerca del objeto desde el proceso de producción, buscando prolongar la legitimidad del conocimiento de la sociedad a partir del conocimiento de las ciencias naturales con lo cual han conseguido incrementar la rigidez y la fragmentación de la producción del conocimiento de la sociedad.

La ciencia para Jesús Martín-Barbero (Barbero, 2012), representa *“una memoria que supone una mutación profunda: un pasado que ha perdido la coherencia organizativa de una historia que se convierte por completo en un espacio patrimonial”*.

Para la posmodernidad, el conocimiento de la sociedad ha entrado en una fuerte crisis que pone en duda los fundamentos teóricos, conceptuales y categóricos. Esta ruptura es el resultado de la ruptura de las formas de pensamiento tradicionales de la ciencia con nuevas formas que orientan la investigación científica de la época actual.

La ciencia desde la perspectiva de Claude Levi-Strauss (Levi-Strauss, 1997) es capaz de *“llevar a su punto más alto, y más consciente, la reducción de ese modo caótico de percibir, que ha comenzado en un plano inferior y, verosímilmente inconsciente, con los orígenes mismos de la vida”*.

Immanuel Kant (Kant, 1984) afirma lo contrario, manifiesta que *el conocimiento no es externo al observador sino que forma parte de las experiencias del ser humano y de sus actividades cognoscitivas adicionalmente, el sujeto estructura sus experiencias a partir del conocimiento generado*.

La realidad de la producción del conocimiento, según Humberto Maturana (Maturana, 1987), surge como un argumento explicativo o proposición de una clase u otra dependiendo de si el observador, acepta o rechaza el argumento acerca del origen de sus propiedades en tanto tales. Al seguir la línea explicativa de la objetividad, el observador plantea: a) la realidad es una proposición explicativa, b) la realidad está necesariamente constituida como dominio de entidades que se supone existen independientemente de lo que hace el observador, y c) esto es inevitable porque en esta línea explicativa las habilidades cognoscitivas del observador supone que son sus propiedades constitutivas, con lo cual la gestión del conocimiento no es sino un componente más de gestión empresarial, que se resume en:

información + gestión del talento humano.

La gestión del conocimiento

La Gestión del conocimiento es un activo estratégico empresarial sustentado en la información, si es acompañado como método para establecer criterios enmarcándose en las nuevas corrientes digitales y el dominio sobre ellas que proporcionan un empoderamiento humano para manejar la información.

Eduardo Bueno (Bueno, 2015), afirma que, *la organización debe aprender a gestionar su capital Intelectual por encima de lo económico y lo material como un valor que es disputado en el mercado laboral. Gestionar el conocimiento es, ingresar a la sociedad del conocimiento donde el talento humano es importante en el éxito o fracaso de las organizaciones e instituciones.*

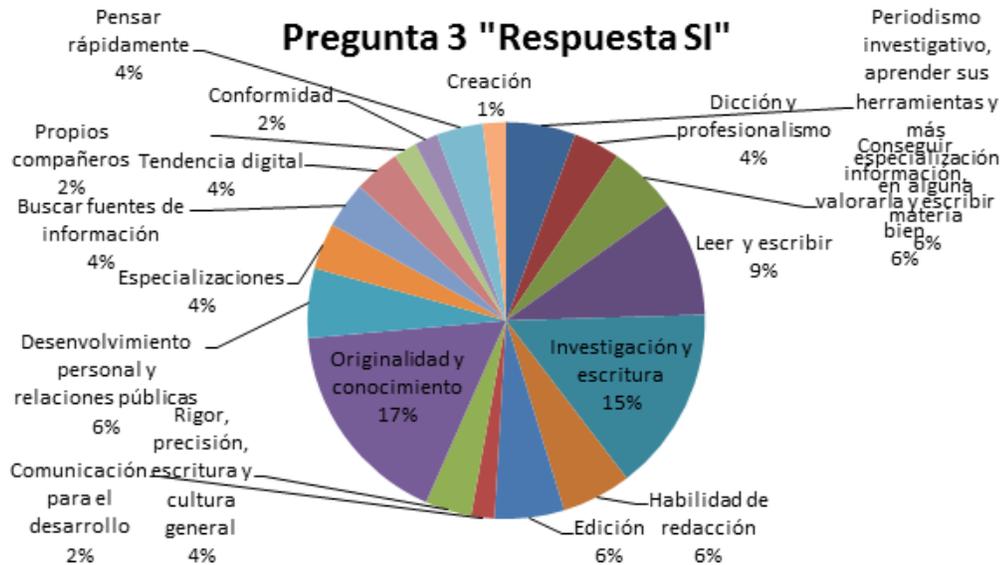


Figure 2 Competencias necesarias para los comunicadores sociales

En una encuesta realizada a los comunicadores de los medios de comunicación, en el año 2010, el 74% necesita competencias para ejecutar su labor profesional: 17% en originalidad y conocimiento, 16% investigación y escritura, 9% en leer y escribir, 7% habilidad de redacción, 6% en periodismo investigativo, conseguir información, valorarla y escribir bien, edición y desenvolvimiento personal y relaciones públicas, 4% dicción y profesionalismo, comunicaciones para el desarrollo, rigor, precisión, escritura y cultura general, especializaciones, buscar fuentes de información, tendencia digital y pensar rápidamente, el 2% conformidad y el 1% creación.[cf. Fig. 2]

COMPETENCIAS PARA LABORAR EN COMUNICACIÓN EN EMPRESAS GANADORAS DE PREMIOS DE RS.

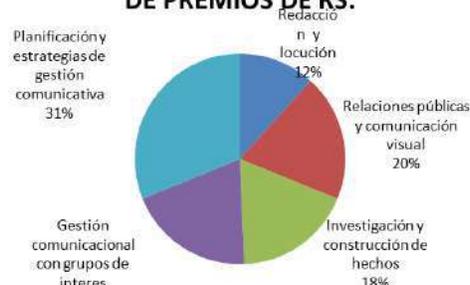


Figure 3 Competencias para laborar en comunicación, empresas ganadoras de premios de responsabilidad social

En el gráfico de la Fig. 3 sintetizamos la opinión de la empresa privada, con datos obtenidos de 28 empresas ganadoras de premios de responsabilidad social, en 2012: 31% planificación y estrategias de gestión comunicativa, relaciones públicas y comunicación visual, 20%, gestión comunicacional con grupos de interés, 19%, investigación y construcción de hechos 18% y 12% redacción y locución.

Una encuesta realizada en 2012 revela que apenas un 30% de los egresados universitarios se integran a la actividad laboral. Las universidades que mayor aportan con profesionales para las instituciones públicas son Central del Ecuador (41%), Católica del Ecuador (20), Salesiana (17%) Tecnológica Equinoccial (9%), De las Américas (7%) % San Francisco (7%) y SEK (2%) [cf. Fig. 5].



Figure 5 Universidades con mayor aporte de profesionales para instituciones públicas

Las áreas de Comunicación y Relaciones Públicas de las 28 empresas antes mencionadas opinan que sigue liderando la Central del Ecuador (27%), seguida por la Católica (20%), aparece la Politécnica Nacional con 11%, empatan la San Francisco y Salesiana (9%), ESPE (5%), UTE (4%),..

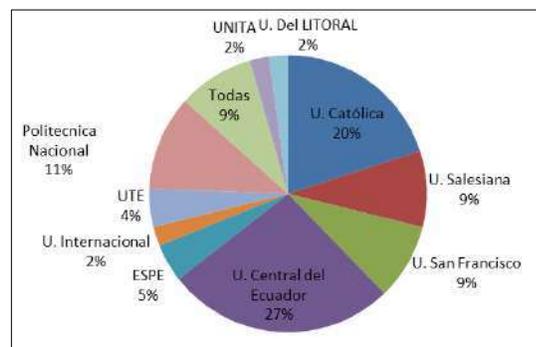


Figure 6 Universidades con mayor aporte de profesionales para empresas ganadoras de premios de responsabilidad social

La demanda de conocimientos planteada por la empresa privada tiene particularidades diferentes de aquella planteada por las instituciones, sobre todo las públicas.

La comunicación en la acción social

“La comprensión de la comunicación debe permitirnos vivir de manera más racional y con una actitud más alerta y crítica aparejado con una mente abierta a las demás personas, a las ideas, a las informaciones y a todas las modalidades de la comunicación” (Báez, 2000).

La comunicación es factor preponderante para construir relaciones entre los miembros de una colectividad, por lo que se hace necesario priorizar sistemas de comunicaciones e información que dinamicen los procesos.

La comunicación debe crear, según Francisco Garrido (Garrido, Comunicación Estratégica, 2008), *“Un proceso cíclico de revalorización de la relación con los stakeholders que genera un acercamiento con la realidad inmediata de los clientes y no clientes a las organizaciones, quienes deben trabajar de forma significativa para transformar los datos en información útil que permita conocer e intentar anticipar no sólo las necesidades y gustos de los públicos y para, además, conocer sus afectividades, de modo que se pueda establecer una mejor conexión emocional con ellos”*

Y en ello, el departamento de Comunicación, afirma Parra María Isabel (Parra, 2008), *no existe para motivar a la gente, ni para crear afiches que los alegren, están para decir hacia dónde va la organización y qué es lo que se espera de todos y cada uno de ellos para que esa compañía pueda llegar hacia la meta que se ha trazado, ese es el objetivo primordial, ahí es donde se agrega valor a la organización y los resultados se verán reflejados en los resultados financieros finales, que es lo que al final le interesa a la compañía.*

“La propuesta del modelo comunicativo significa la evasiva a los modelos tradicionales de comunicación en los que se formula el paradigma de la información (una sola vía, maestro-alumno), por lo que se debería plantear las actividades y estrategias comunicativas y de aprendizaje que faciliten una verdadera comunicación y el fortalecimiento de la comunicación multidireccional, entre profesor y estudiantes, alumnos y expertos. La mediación y la recepción son un complemento importante en la propuesta del modelo comunicativo horizontal, abierto y democrático” (Segura, 2004).

La comunicación interna tiene, también, un papel preponderante que según Francisco Garrido ((Garrido, Comunicación Estratégica, 2008) requiere de *“Una unidad planificada y estructurada en torno a objetivos interconectados; en efecto, esta idea de organización es la más recurrida por parte de los autores contemporáneos, donde de modo global se privilegia el concepto de estructura y del trabajo por objetivos claramente definidos y específicos, en los que se cautela la idea de un eje cohesionador que va más allá de la relación cooperativa”*.

Fernando Fuster-Fabra (2007) enfatiza que, *las funciones del entorno generan espacios de responsabilidad reflejados en las funciones por las que fue contratado. Si las organizaciones consideran que el entorno es el espacio que permite advertir las manifestaciones comunicativas, las responsabilidades adquiridas deben tener su correlato con la personalidad del trabajador. Dentro del entorno existen condiciones para que la organización cree espacios adecuados en la formación laboral y ejecución de actividades en un marco de cooperación y comunicación horizontal; es decir, contar con las condiciones estructurales y físicas para el trabajador, comprender que las condiciones coyunturales afectan el desempeño laboral, estudiar y aplicar mecanismos de selección de profesionales basados en el sistema por competencias que incremente los niveles de competitividad.*

“Las empresas deben sustentar su competitividad y crecimiento con base en su innovación, liderazgo, productividad, una excelente calidad y la diferenciación de sus productos por sobre los de la competencia, lo cual conlleva a una mejora en la calidad de vida de los habitantes del país, ya que las empresas son el motor del desarrollo industrial y económico” ((Van Den Berghe, 2005).

En las tendencias actuales de la gestión empresarial resulta interesante, la función social que las empresas emprenden con la sociedad. Conjuguar la filosofía empresarial con la responsabilidad social requiere el *“compromiso que tienen todos los ciudadanos, las instituciones públicas y privadas, y las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global”* (Fernández, 2005).

En 2006, la Universidad de Zaragoza-España implementó un modelo de responsabilidad social con la ayuda del gobierno de Aragón. El objetivo es mejorar la calidad del sistema universitario y aumentar la eficiencia en el uso de los recursos públicos. El gobierno de Aragón y la Universidad impulsan estas acciones para que exista un compromiso social de calidad y excelencia en la gestión y en la prestación de servicios. Generar procesos de ayuda continua, basados en los aprendizajes y prácticas. Se pretende fomentar la participación de los grupos de interés más trascendentales. Otro factor que se busca mejorar es la comunicación en la organización, la prevención de defectos y promoción de la excelencia.

Caracterización del profesional

“El profesional más adecuado es aquel que, además de conocimientos, tiene habilidades, actitudes e intereses compatibles con su función” (Gramigna, 2002).

Desde la perspectiva de los 529 estudiantes de comunicación social de la Facultad de Comunicación de Quito (2010), una buena opción laboral la encuentran en medios de comunicación públicos y privados (28%), el 22% prefiere trabajar en el campo empresarial, así como en instituciones públicas y privadas, el 14% ser empresarios, el 10% ONG y el 4% como: productor de cine *free lance*, radio, investigaciones de la comunicación, productora independiente, medios comunitarios, empresa propia y agencia de fotografías.[cf. Fig.7]

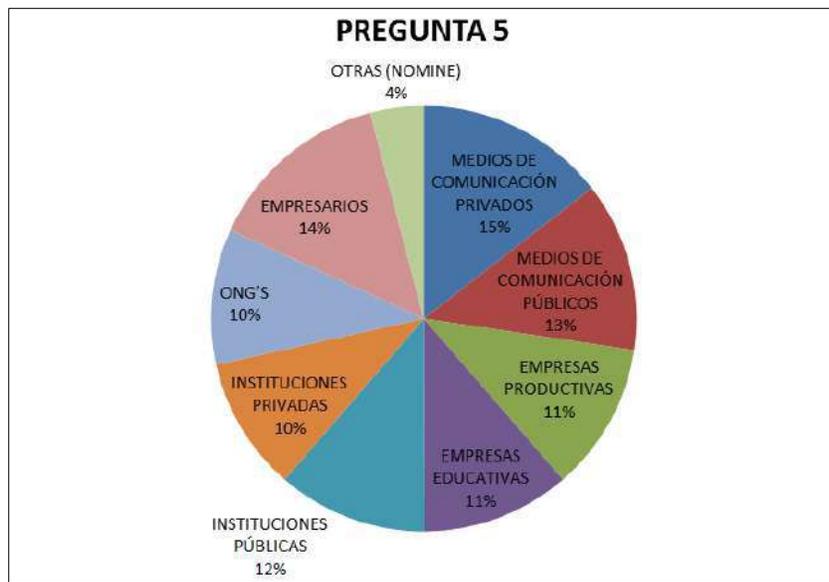


Figure 7 . Preferencia laboral de los estudiantes de Comunicación Social de la FACSQ

Para David McClelland (1973), ideólogo del sistema por competencias laborales, este pretende ser una alternativa que impulse la formación profesional y académica de los colaboradores para mejorar el equilibrio entre las necesidades de las organizaciones y sus miembros. Por esta razón, se concibe a las competencias como *capacidades productoras del ser humano, la cuales se pueden medir por medio de parámetros cualitativos y cuantitativos*. También, el término competencia, asocia con una construcción social de aprendizaje continuo que permite un efectivo desempeño laboral, artístico, deportivo, personal, entre otros. Este conjunto de comportamiento comprende que, el talento humano es capaz de desarrollarse satisfactoriamente y que procure incrementar los niveles de productividad y eficiencia organizacional.

Esta noción de productividad y eficiencia es señalada por gerentes de negocios cuya costumbre es asesorarse por consultores externos en temas estratégicos. Es decir, profesionales capaces de desarrollar herramientas, explicar, criticar las creencias en situaciones de toma de decisiones. El enfoque de competencias pretende, establecer los resultados claves que creen valor a la organización, así como identificar las competencias críticas para los comportamientos laborales, que requiere el personal, ya que la gestión por competencias es la orientación que utilizan las organizaciones de alto rendimiento, caracterizadas por una fuerte disposición al logro del mayor desempeño en su gestión.

Adoptar el enfoque de competencias, supone un compromiso institucional con el máximo desempeño, que debe erigirse desde los altos directivos hacia los mandos inferiores, ya que, la gestión por competencias, es el enfoque requerido por las normas ISO 9001:2000 para certificar a las organizaciones. El perfil por competencias exige al profesional ofrecer una visión integral de la organización, gestionar procesos de intercambio y transferencia de información. Y las organizaciones son las encargadas de crear las condiciones necesarias que favorezcan el desarrollo de su talento humano.

Las competencias del comunicador

Según María del Carmen Martínez (Martínez, 2003) el comunicador debe: *satisfacer necesidades entre quienes hacen la empresa, establecer buenas relaciones entre estos, crear un clima de comprensión entre todos, persuadir a otros y conseguir cambios. Lo que generará resultados en beneficio de la empresa o institución y por ende de todos quienes hagan parte de esta.*

Dentro de la comunicación un director o asesor debe orientar al buen funcionamiento de la empresa de manera global, reuniendo las competencias necesarias para ser un buen comunicador. Martha Alles (Alles, 2012), propone que un comunicador de grado A, en cuanto a la asesoría en la cotidianidad, debe *“comunicar estratégica y eficazmente, con argumentos sólidos, claros y convincentes. Debe expresarse con precisión y calma. Puesto que diariamente debe estar actualizado e informado respecto a los acontecimientos externos y organizacionales que pueden influir en su trabajo y en el de sus colaboradores. Y sobre todo comprende el concepto de desarrollo en equipo”*.

María Martínez (Martínez, 2003), en una investigación sobre las competencias desarrolladas en las carreras de comunicación, cuestiona si los egresados de la carrera de comunicación salen preparados lo suficiente como para enfrentar un mundo laboral y competitivo. *“Es decir el desarrollo en la carrera está ligado estrictamente con su modelo de educación luego de un análisis crítico respecto a las necesidades de la*

comunicación social, el comunicador debe sobre todo estar en la capacidad de interactuar y relacionarse con el medio, diseñar, desarrollar y evaluar procesos y estrategias comunicacionales”. Al culminar su investigación concluyó que “Es de suma importancia que las universidades respondan a las necesidades del mercado laboral en el contexto del mundo globalizado en armonía o en equilibrio de competencias que aporten un mejor ser humano capaz de intervenir en la solución inmediata de problemas específicos”.

Por su parte Martín-Barbero (2012), señala que:

“Los perfiles indispensables de un comunicador es de producir comunicación, a lo que ahora se enfrenta es a la neutralización de su perfil social y de su carácter de servicio público. La idea de información gana operatividad y legitimidad científica, mientras la de comunicación se opaca o se desplaza y aloja en campos aledaños. Por lo menos dicho de otro modo debe tener bases en la estructura de poder, las lógicas de producción, las dinámicas culturales, las gramáticas discursivas y la investigación”.

Por su parte la gestión de comunicación interna señala que el comunicador se encarga que los colaboradores perciban que hacen un buen trabajo, dándole un clima laboral adecuado a la empresa u institución, lo que redundará en resultados empresariales exitosos.

“Que inspire, logrando efectos en un alto impacto con el auditorio que debe ser motivado a iniciar acciones nuevas. A dejar lo que estaban haciendo mal y a emprender grandes batallas. Se puede inspirar pasión, a la innovación, al emprendimiento, a los principios y valores, a la inteligencia emocional, a la unidad, a la moralidad, a soportar las dificultades para alcanzar metas trazadas” (González, 2012).

El uso del pensamiento sistémico se incorpora a la discusión cuando se colige que “un comunicador se encarga de “gestionar” y “cohesionar” la imagen de una empresa, persona o institución para cumplir unos objetivos determinados. Por ello, debe tener un carácter general e integrador, ya que “todo comunica” (Molina, 2012).

2. METODOLOGÍA

Para responder a las reflexiones y cuestionamientos acerca del manejo de la comunicación organizacional se organizó una investigación bajo la metodología de ejes temáticos, con enfoque sistémico, compuesto por tres variables: comunicador, estrategia y sustentable. Derivando de ellas, los potenciales temas involucrados en el

estudio. La investigación contó con un análisis documental de alrededor de 800 textos. Además 3.173, personas fueron consultadas con entrevistas y encuestas de las tres regiones del Ecuador: Costa, Sierra y Amazonía.

El proceso de investigación tuvo una duración de 8 años, dividida en cuatro etapas: 2007, 2010, 2012 y 2015. Y la aplicación de los resultados fue estudiada en el contexto de la Empresa Estatal PETROECUADOR. La metodología de trabajo utilizada contempla la elaboración de un estudio de estado del arte, el mismo que fue realizado sobre la base de 800 textos de los cuales se extrajo las temáticas resueltas y formular aquellos temas que no habían sido resueltos por los autores y que contribuyen a la argumentación y convalidación de nuevas hipótesis.

3. RESULTADOS

2007 Inició del trabajo

Selección de 106 instituciones;

Número de personas consultadas: 1019

Resultados:

1. *Construcción de una nueva malla curricular, para la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central de Ecuador, basada en la gestión por procesos, con un peso académico de un 70% en asignaturas profesionalizantes y 30% de materias teóricas. **Énfasis:** profesionalización pragmática y académica del comunicador organizacional a partir del sexto semestre. La malla actualmente vigente recoge lo que podemos resumir en dos ejes: lo que requieren los empresarios: comunicadores eficientes y con una conducta ética y por parte de los estudiantes mayores actividades prácticas, audiovisuales, tecnológicas y de vinculación con la comunidad.*
2. *Nueva discusión del modelo propuesto, cuya base científica fueron los resultados totales de la investigación realizada en los ocho años. Este modelo inicia con el comunicador social generalista, formado para el periodismo y con una ligera percepción de la comunicación organizacional. Estado actual de los comunicadores al egresar de la universidad ecuatoriana, quienes requieren estabilidad laboral y acuerdos seguros al momento de buscar empleo.*

Características del nuevo profesional

El comunicador estratega sustentable maneja su accionar desde el ámbito social, respaldado por un fuerte aprendizaje andragógico que le permite desarrollar competencias para generar sentido de pertenencia en los grupos de interés para que participen y se involucren en la labor empresarial y proyectos sociales y de

responsabilidad social empresarial, utilizando canales de comunicación innovadores e instrumentos adecuados a las circunstancias y actores de los proyectos, evidenciándose en los profesionales el desarrollo de procesos sistémicos; ya que formulan con claridad propuestas que evidencian, el desarrollo de un pensamiento crítico.

Este comunicador estratega al identificar claramente la diferencia entre instituciones y organizaciones, puede a través del proceso lógico secuencial determinar estratégicamente el sistema de comunicación que puede usar para solucionar o viabilizar la gestión comunicacional, conocer el estado del arte del ente, para determinar el problema existente, a través del análisis, para en forma posterior dar paso a la planificación estratégica, buscando respuestas a tres preguntas básicas: ¿qué comunicar, a quién y cómo comunicarse?

La investigación determinó que 8 de cada 10 comunicadores sociales en ejercicio o graduados, endosa la solución de los problemas comunicacionales a tema o áreas administrativas, alejándose de su naturaleza comunicacional, evidenciando así, una ejecución ineficiente de su labor profesional. Por ello es de vital importancia la detección de problemas desde el ámbito comunicacional. Posterior a ello, se puede continuar con la ejecución, es decir la gestión estratégica y operativa de la comunicación, para finalizar con la evaluación, que permita determinar la eficiencia de la estrategia y consistencia de la comunicación en los grupos de interés. Esto no solamente otorga valor a lo que hace económicamente la empresa, sino a lo que socialmente aporta a la comunidad y promueve la retroalimentación de la empresa con sus grupos de interés.

El perfil responde la interrogante sobre ¿cómo debe ser un comunicador estratega sustentable responsable de la gestión social y de la responsabilidad social? Los ejes que estructuran el perfil incluyen desde el componente social hasta lo académico, según la investigación del perfil del Comunicador Estratega Sustentable.

CONCLUSIONES

El saber acumulado sobre la comunicación como objeto de estudio es el capital cognitivo que brindan las ciencias en la búsqueda de aquellos capítulos y apartados de la epistemología moderna que, tanto desde los saberes sobre la Naturaleza como desde los saberes sobre la Cultura, han pretendido revisar y reorganizar las visiones hasta ahora parciales de las diferentes ciencias, proponiendo reunificarlas desde paradigmas formales nuevos, y uno de ellos ha sido el paradigma de la Comunicación.

El proceso de enseñanza-aprendizaje, que gravita en el conocimiento y competencias requeridas por los estudiantes en su formación profesional, invita a pensar en las competencias que requieren los comunicadores para el manejo y gestión de la Comunicación Organizacional deben romper los paradigmas académicos y laborales establecidos y propugnar hacia un nuevo perfil del comunicador estratega, a quienes desde la andragogía se les encamina hacia la toma de decisiones relacionadas al ámbito de estudio, con miras hacia su futuro perfil profesional, teniendo en cuenta las características de la transición organizativa de la sociedad.

Expuesto de esta manera, los objetivos principales de las nuevas investigaciones buscan concebir y describir un modelo de competencias necesarias para la formación del futuro comunicador organizacional, evolucionado y concebido como un estratega sustentable, basando el concepto de sustentabilidad en la solidez de la formación académica impartida en la Universidad respecto a los temas sensibles de la sociedad y responsabilidad social que tiene en cuenta factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales, como estructura básica de la dinámica comunitaria de la sociedad.

La base cognoscitiva para continuar con el trabajo se encuentra en la Teoría General de Sistemas, los sistemas complejos, el pensamiento complejo y el juego de escenarios.

Bibliography

(2003), M. M. (2003). *La Gestión Empresarial*, . Madrid-España: Ediciones Díaz Santos.

Alles, M. (2012). . *Diccionario de comportamientos: gestión por competencias*. Buenos Aires: Granica.

Arregui, J., Vicente, J., & Choza, J. (2002). • *Filosofía del Hombre: una antropología de la intimidad*. Madrid: : Rialp.

Asociados., P. y. (2011). *Curso Gestión por competencias*. . Quito: Instituto de Estudios del Petróleo, IEP.

Barbero, M. (2012, 10 21). *Los oficios del comunicador*. . Récupéré sur <http://goo.gl/5R07Vi>

Bell, D. (1973). . *The coming of post-industrial society: a venture in social forecasting*. New York: Basic Books.

- Borrajo, D., Marínez, V., Juristo, N., & Pazos, J. (1993). *Inteligencia artificial. Métodos y técnicas*. . Madrid: : Fundación R. Areces.
- Bueno, E. (2015, 07 08). *La Gestión del Conocimiento: nuevos perfiles profesionales*. . Recuperé sur <http://goo.gl/7PfKvC>
- C., B. (2000). *La comunicación efectiva*. . Santo Domingo: Editora Búho.
- Carmen, M. M. (2003). *La Gestión Empresarial*, . Madrid-España: Ediciones Díaz Santos,.
- David., M. (2015, 07 25). *Modificando la competencia más que la inteligencia*. . Recuperé sur <http://goo.gl/80S3U5>
- Fernández, C. (2005). *La comunicación en las organizaciones*. . México D.F: Trillas.
- Fernando., F. F. (2007). *Comunicación Estratégica II*. Madrid: Lulu.com.
- Garduño, G., Zúñiga, M., Rogel, R., & Aguado, E. (2008). *La epistemología de la comunicación en Michel Serres* . Consulté le 07 07, 2015, sur <http://goo.gl/yUPBfn> .
- Garrido, F. (2008). *Comunicación Estratégica*. Madrid: Gestión 2000. .
- Garrido, F. (2008). *Comunicación Estratégica*. Madrid: Gestión 2000.
- González, S. (2012, 09 23). *Habilidades de comunicación: alto impacto*. . Recuperé sur <https://goo.gl/gEpdvN>
- H., M. (1987). *La realidad ¿objetiva o construida?* . Barcelona: Editorial Anthropos.
- K., I. (1984). *Crítica de la Razón Pura*. . Bogota; : Ediciones Universales.
- Levi-Strauss, C. (1997). *El pensamiento salvaje*. . Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- M., G. (2002). *Gestión por competencias una opción para hacer a las empresas más competitivas*. MRG Consultoria e Treinamento Empresarial. : Belo Horizonte:.
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Buenos Aires: Ediciones: Paidós.
- Molina, F. (2012, 09 23). *Competencias y habilidades del comunicador*. . Recuperé sur <http://goo.gl/3BQzXv>
- Morin, E. (1998). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: : Gedisa.

- Morin, E. (2010). *La mente bien ordenada*. Barcelona: Seix Barral.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: how japaneses companies create the dynamic of innovation*. New York: Oxford University Press.
- Parra, M. I. (2008, 06 12). Entrevista realizada a Comunicadora Organizacional. *Master en comunicación para las organizaciones y Relaciones Públicas*. .
- Rasner, J. (2010). *Epistemología: Generalidades y Conceptos esenciales*. México D.F: Universidad de Colima. .
- Sáenz Oleas, C. C., Cisneros, F., Saqalli, M., & Sáenz, M. (to appear). *Scenarios for Strategic Energy Planning and Management: a systemic and multi criteria approach*. New York, USA.
- Sáenz Oleas, C. E. (2009). *Contribución al estudio formal y al desarrollo de herramientas informáticas para la construcción de escenarios. (Tesis previa a la obtención del título de Ingeniero de Sistemas)*. Quito Ecuador: Universidad San Francisco de Quito.
- Sáenz Oleas, C. (To appear). *Strategic thinking*. New York, USA.
- Sáenz, M. (2009). *Invitación a la Teoría General de Sistemas*. Quito-Ecuador: PETROECUADOR.
- Stiglitz, J. (2015, 07 08). *Towards a New Paradigm for Development: Strategies, Policies and Process*. Récupéré sur <http://goo.gl/WHIQxY>
- Valette-Delamarre, F. (1993). *El concepto del rompecabezas: el corazón del proceso de escuchar posibles el entorno empresarial*. . Grenoble: : UPMF-ESA .
- Van Den Berghe, E. (2005). *Gestión y gerencia empresarial aplicada al siglo XXI*. Bogotá:: Ecoe .

015. LAS COMPETENCIAS INVESTIGATIVAS EN LA FORMACIÓN DE LOS COMUNICADORES SOCIALES: UN ENFOQUE DESDE EL CURRÍCULO Y EL PERFIL PROFESIONAL.

Autores:

Lcda. Delia Silvia Peña Hojas, Mgs.
MAGISTER EN GERENCIA EDUCATIVA
DOCENTE
Universidad de Guayaquil
Facultad de Comunicación Social
dphojas@hotmail.com

Lcda. Janeth Pilar Díaz Vera, Mgs.
MAGISTER EN EDUCACIÓN INFORMÁTICA
DOCENTE
Universidad de Guayaquil
Facultad de Comunicación Social
janethdiazvera@gmail.com

Dr. Guido Moreno Córdova, Mgs.
MAGISTER EN GERENCIA DE SALUD Y DESARROLLO LOCAL
DOCENTE
Universidad Católica Santiago de Guayaquil
Facultad de Ciencias Médicas
guimocordr@hotmail.com

Lcda. Carlota Mabel Cevallos Ronquillo, Mgs.
MAGISTER EN EDUCACIÓN INFORMÁTICA
DOCENTE
Universidad de Guayaquil
Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación
jreinatf@hotmail.com

RESUMEN

La formación de los comunicadores sociales en cuanto al desarrollo de las competencias investigativas se ha transformado en un desafío para los centros de Educación superior en nuestro país, que tienden a lograr la calidad educativa; esto se debe no solo a las exigencias de un perfil ocupacional para el campo laboral donde dominen los conocimientos básicos suficientes y necesarios para

desempeñar un determinado puesto de trabajo sino también que requiera de estrategias que permitan actualizar dichos conocimientos. Este estudio propone incluir la formación de competencias investigativas en las diferentes asignaturas del currículo de la carrera comunicación social mediante actividades de investigación donde los involucrados deberán asumir los cambios que conllevan a formar un egresado con calidad profesional.

Palabras Claves: Competencias Investigativas – Comunicadores Sociales – Formación profesional

INTRODUCCIÓN

Ante los avances vertiginosos que se dan en el área del conocimiento y la tecnología, las instituciones de educación superior deben responder con reformas en sus sistemas educativos que apunten hacia una concepción de una formación basada en competencias para que el nuevo profesional pueda enfrentar los cambios y mejorar la calidad de su desempeño.

Este estudio plantea la necesidad de desarrollar para los profesionales en comunicación social, nuevas competencias orientadas a la investigación que en los últimos años ha tenido mayor importancia por estar dentro del marco legal que rigen a los centros de educación superior en el Ecuador como es la Ley Orgánica de Educación Superior y las nuevas reglamentaciones en la Universidad de Guayaquil, pero que todavía está su aplicación en forma incipiente, escasamente definida y no cubre las expectativas de una exigencia académica.

La investigación en el proceso educativo tiene el propósito de que el estudiante pueda desarrollar todos los procesos de pensar y poner en práctica habilidades del pensamiento en la consecución para producir, generar y divulgar conocimiento científico con un esquema de formación bajo una concepción basada en competencias.

El desarrollo de competencias investigativas en la formación de los estudiantes estará acorde con el currículo y el perfil profesional, por lo que se tendrán que diseñar en función del desarrollo social y progreso científico así como de las necesidades de los estudiantes.

DESARROLLO

¿Qué son las competencias?

La diversidad de definiciones que esta categoría ha adquirido está directamente relacionada con el mismo origen disciplinar en cada momento, por lo que dar un concepto único puede resultar muy difícil pero al mismo tiempo Bustamante (2003) considera esta aparente complejidad en una virtud pues permite hacer contribuciones desde miradas disciplinares diversas.

“Una competencia es un conjunto identificable y evaluable de conocimientos, habilidades, valores y actitudes relacionadas entre sí, que permiten desempeños satisfactorios en situaciones reales de trabajo, según estándares utilizados en el área ocupacional. Las competencias están referidas, pues, a un desempeño exitoso en un oficio por lo tanto integran el ser, el saber y el hacer en un contexto dado” (Tirado et al. 2007)

Por su parte la UNESCO (2005), define la competencia como “la estrategia educativa basada en la identificación, la puesta en evidencia y el aprendizaje de los conocimientos, capacidades, actitudes y comportamientos requeridos para desempeñar un papel específico, ejercer una profesión o llevar a cabo una carrera determinada”.

Todas las concepciones acerca de las competencias ponen de relieve las capacidades, habilidades y actitud que permiten al ser humano cumplir una labor específica y que relaciona el saber con el actuar de manera eficiente.

La Competencia Investigativa

El desarrollo de la competencia investigativa en la educación superior ha sido objeto de debate y análisis a nivel internacional, ya que ésta permite a los egresados universitarios brindar solución a problemas profesionales desde una concepción científica e investigativa. Su formación y desarrollo se encuentra condicionado por el currículo de una carrera universitaria que responde a intereses, necesidades y demandas de la sociedad y los recursos personales que posee el individuo; también, como afirman Barrón (2000) e Irigoien y Vargas, (2002) por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) al estipular la necesidad de formar individuos competentes en la producción de conocimiento, la economía y el nivel de desarrollo tecnológico con el crecimiento de un país.

El desarrollo de la tecnología, la ciencia, la técnica y las necesidades de la sociedad demandan que los nuevos profesionales universitarios puedan dar solución, de forma científica e investigativa, a problemas profesionales desde una óptica

interdisciplinaria, intradisciplinaria y transdisciplinaria (Pérez y Setien, 2008). Esta formación analizada desde la pedagogía resulta compleja, ya que todos los individuos poseen una personalidad única e irrepetible, y su forma de asimilación, apropiación y exteriorización de la cultura aprendida es única también.

La necesidad de desarrollar dicha competencia siempre ha existido. Se han implementado disímiles vías que permiten guiar ese camino, tales son los casos de la inclusión de asignaturas en los currículos que permitan al estudiantado apropiarse de conocimientos y habilidades en la metodología de la investigación científica, las clases tipo seminarios y tipo taller, la orientación de tareas investigativas individuales y grupales, y la elaboración de tesis de pregrado y de trabajos investigativos finales en diversas asignaturas.

El enfoque histórico cultural de Vitgostky (1982) defiende que la competencia investigativa es una configuración psicológica que permite la integración de componentes cognitivos, metacognitivos, motivacionales y cualidades de personalidad que se vinculan dialécticamente permitiéndole al sujeto desempeñarse correctamente en la actividad investigativa.

La UNESCO en la sección pistas y recomendaciones del informe de la comisión internacional sobre la educación en el siglo XXI, encargado por la UNESCO, menciona entre las cuatro funciones para las universidades.

1. La preparación para la investigación y para la enseñanza:

Como lugar de ciencia y fuente de conocimiento que llevan a la investigación teórica o aplicada, o a la formación de profesores.

En la celebración de los 900 años de la Universidad de Bolonia, 400 rectores de universidades europeas destacaron el rol de las universidades declarando como primer punto:

1. Que el porvenir de la humanidad , al finalizar este milenio , depende en gran medida del desarrollo cultural, científico y técnico , que se forja en los centros de cultura, de conocimiento y de investigación en que se han convertido las auténticas universidades

Todo lo anterior refleja la necesidad imperiosa de que las instituciones de educación superior promuevan el desarrollo de las competencias investigativas para un aprendizaje, teórico, práctico y actitudinal permanente.

Formación de competencia investigativa

La formación y desarrollo de la competencia investigativa ha sido concebida, en la educación superior, tanto en el plano procesal-práctico y estructural-formal del

currículo a lo largo de la carrera universitaria, aunque tiene su máxima expresión en la realización de tesis de pregrado y trabajos investigativos finales de diversas asignaturas, ya que el estudiante debe evidenciar el uso de la metodología de la investigación científica en solución de un problema investigativo aplicando para ello todas las etapas de la investigación científica. Para lograr una formación investigativa adecuada en los estudiantes universitarios, y que estos evidencien un desarrollo de la competencia investigativa se hace necesario realizar acciones pedagógicas que tributen a este fin, teniendo en cuenta la formación de la personalidad del individuo.

Esto resulta obvio, pero son las posiciones o enfoques teóricos en que se sustenta la educación superior de una institución universitaria en cuanto a la formación de competencias las que definen los procedimientos. En los últimos años, se han realizado varias investigaciones asociadas a la formación y desarrollo de la competencia investigativa, debido, entre otros factores, a las exigencias actuales del acelerado desarrollo (intensificación de la relación universidad-industria, la formación de profesionales con una perspectiva transdisciplinaria, los adelantos tecnológicos y la investigación científica en equipos multidisciplinarios, así como la utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones en las investigaciones científicas y tecnológicas).

Se ha venido perfeccionando en estos años la formación de profesionales universitarios desde fundamentos teóricos generales (sociológicos, psicológicos y pedagógicos) que permitan un desarrollo adecuado de la competencia investigativa, que le permita resolver problemas profesionales con el uso del método científico e investigativo.

Como fundamento sociológico se parte de que la formación y desarrollo de la competencia investigativa tiene un carácter social, ello exige ser interpretado en relación con otras esferas sociales –política, economía, ciencia, cultura y otras– por las que está condicionado.

Como fundamento psicológico se parte del enfoque histórico-cultural, donde se considera la conjunción dinámica de lo cultural, lo psicológico y lo biológico como fuerza motriz del desarrollo psíquico, que surgen de la premisa dialéctico-materialista de que la persona humana es un ser social por naturaleza, un producto de la sociedad, de ahí el origen social de las funciones psíquicas superiores. De este modo, el desarrollo del estudiantado está determinado por la apropiación de los contenidos profesionales, que se producen en condiciones de integración y en un proceso de construcción interactiva entre los componentes personales del proceso de enseñanza-aprendizaje (estudiante-grupo-profesorado, este último actuando como mediador).

El fundamento pedagógico que se asume es en correspondencia con el enfoque histórico-cultural en el que se destacan la premisa de que la educación conduce al

desarrollo; la relación cognitivo-afectivo en el proceso de enseñanza-aprendizaje; la relación teoría práctica; la educación a través de la educación, y la relación entre la institución educativa y el contexto social

Es a partir de la dimensión profesional que el individuo puede ir desempeñándose como investigador a través de su interactuar en la práctica profesional. Para la realización de una investigación siempre el individuo parte de su experiencia, de sus conocimientos y de los problemas y necesidades que detectó y diagnosticó en la realidad profesional en que se desenvuelve; pero las habilidades asociadas a la investigación científica no son las únicas que le ayudarán a resolver el problema de la investigación, sino también las habilidades profesionales y los conocimientos asociados a su profesión.

La complejidad del mundo actual ha hecho que las investigaciones se realicen en grupo multidisciplinarios, integrando varias disciplinas y ciencias, y donde no siempre el grupo de investigación se encuentra en un mismo local de trabajo, ya que pueden ubicarse en lugares distantes, donde el uso de la tecnología es primordial para la investigación a distancia. Para ello hace falta desarrollar, en los futuros profesionales, no solo habilidades asociadas a la metodología de la investigación científica, sino también habilidades profesionales, tecnológicas y de trabajo grupal para la labor en comunidades científicas y de desarrollo, además de tener en cuenta la asimilación de conocimientos interdisciplinarios.

El enfoque complejo según Tobón (2008a, citado en Tobón, 2008b, p. 5) se concibe el término de competencia como “los procesos complejos de desempeño con idoneidad en determinados contextos, integrando diferentes saberes (saber ser, saber hacer, saber conocer y saber convivir), para realizar actividades y/o resolver problemas con sentido de reto, motivación, flexibilidad, creatividad, comprensión y emprendimiento, dentro de una perspectiva de procesamiento metacognitivo, mejoramiento continuo y compromiso ético, con la meta de contribuir al desarrollo personal, la construcción y afianzamiento del tejido social, la búsqueda continua del desarrollo económico- empresarial sostenible, y el cuidado y protección del ambiente y de las especies vivas”.

En la construcción de una universidad creativa y participativa Agudelo (2004) expresa que es necesario analizar y articular la triada entre educación, comunicación y tecnología, en el contexto de las transformaciones sociales, los escenarios internacionales y nacionales en los que se observan movimientos, conflictos y contradicciones del pensamiento en evolución. Esta triada favorece la interacción entre los sujetos que se educan a través de las tecnologías de información y comunicación, de tal manera que, “no podemos ignorar que en los albores del tercer milenio no comunicarse electrónicamente es tanto una manifestación de resistencia cognitiva o psicológica como un proceso de acceso técnico o económico” (Pisticelli, 2002).

Cuando se habla de investigación formativa es necesario abordar dos aspectos, uno referido a lo que ha de entenderse por formación y el otro asociado al campo investigativo. Se ha llamado investigación formativa a aquella que está enfocada al aprendizaje, que busca la generación de conocimiento donde se involucra no solo la comprensión del mundo sino también la comprensión del hombre mismo y su indisoluble interrelación, además, es necesario decir que por medio de ella se inicia de alguna manera el desarrollo de la cultura investigativa ideológicamente crítica y autónoma que permite adherirse a los adelantos del conocimiento.

Es un conjunto de prácticas que genera un conocimiento descriptivo, explicativo y predictivo que le permite al estudiante generar y desarrollar su competencia investigativa para y en la investigación, para así generar conocimientos sobre el conocimiento, conocimiento cada vez más nuevo que genera al investigador un proceso de formación permanente.

La formación para la investigación se entiende como un proceso intencional, que pretende formar al estudiante para el desarrollo de competencias. Se apoya en diversos procedimientos, dependiendo del objetivo fundamental que la orienta (Guadalupe, 2005)

El desarrollar competencias investigativas implica que estas estén relacionadas con el proceso de formación profesional, afianzando habilidades para observar, preguntar, registrar notas de campo, experimentar, interpretar información y escribir acerca de su práctica profesional. La investigación implica flexibilidad, es decir, permitiendo ordenar y sistematizar las acciones de los investigadores llegando así a la visibilidad y a la gestión del conocimiento (Maldonado et al, 2007)

Diseño curricular basado en competencias

El eje principal de la educación por competencias es el desempeño entendido como "la expresión concreta de los recursos que pone en juego el individuo cuando lleva a cabo una actividad, y que pone el énfasis en el uso o manejo que el sujeto debe hacer de lo que sabe, no del conocimiento aislado, en condiciones en las que el desempeño sea relevante" (Malpica, 1996). Desde esta perspectiva, lo importante no es la posesión de determinados conocimientos, sino el uso que se haga de ellos. Este criterio obliga a las instituciones educativas a replantear lo que comúnmente han considerado como formación. Bajo esta óptica, para determinar si un individuo es competente o no lo es, deben tomarse en cuenta las condiciones reales en las que el desempeño tiene sentido, en lugar del cumplimiento formal de una serie de objetivos de aprendizaje que en ocasiones no tienen relación con el contexto.

El desarrollo de las competencias requiere ser comprobado en la práctica mediante el cumplimiento de criterios de desempeño claramente establecidos. Los criterios de

desempeño, entendidos como los resultados esperados en términos de productos de aprendizaje (evidencias), establecen las condiciones para inferir el desempeño; ambos elementos (criterios y evidencias) son la base para evaluar y determinar si se alcanzó la competencia. Por lo mismo, los criterios de evaluación están estrechamente relacionados con las características de las competencias establecidas.

El concepto de competencia otorga un significado de unidad e implica que los elementos del conocimiento tienen sentido sólo en función del conjunto. En efecto, aunque se pueden fragmentar sus componentes, éstos por separado no constituyen la competencia: ser competente implica el dominio de la totalidad de elementos y no sólo de alguna(s) de las partes.

Un rasgo esencial de las competencias es la relación entre teoría y práctica. En esta relación la práctica delimita la teoría necesaria. Malpica (1996), apoyándose en Schwartz (1998), señala que la relación entre las condiciones y demandas de las situaciones concretas en el trabajo (la práctica) con las necesidades de sistematización del conocimiento (la teoría), es más significativa para el individuo si la teoría cobra sentido a partir de la práctica; es decir, si los conocimientos teóricos se abordan en función de las condiciones concretas del trabajo y si se pueden identificar como situaciones originales.

Como se hace evidente con los planteamientos previos, la demanda inicial era dar respuesta a las competencias formuladas desde el ámbito laboral, en estrecha relación con los procesos de capacitación en las empresas y con la formación tecnológica en las instituciones educativas. Sin embargo, con el tiempo, gran parte de los rasgos de las competencias se han incorporado a las instituciones que forman profesionales desde una visión más integral, no reducida al ámbito técnico.

Desde esta visión holística e integral se plantea que la formación promovida por la institución educativa (en este caso, la universidad) no sólo debe diseñarse en función de la incorporación del sujeto a la vida productiva a través del empleo, sino más bien, "partir de una formación profesional que además de promover el desarrollo de ciertos atributos (habilidades, conocimientos, actitudes, aptitudes y valores), considere la ocurrencia de varias tareas (acciones intencionales) que suceden simultáneamente dentro del contexto (y la cultura del lugar de trabajo) en el cual tiene lugar la acción; y a la vez permita que algunos de estos actos intencionales sean generalizables" (Gonczi, 1996 p. 50).

Este modelo no se refiere a las normas de competencia laboral que son reguladas por organismos nacionales e internacionales, sino más bien a los criterios de desempeño profesional que estarían normados por los colegios de profesionales o asociaciones relacionadas con desempeños laborales en ciertas áreas, o también, aquellos criterios que pudieran establecerse mediante la vinculación entre las

instituciones educativas y los profesionales que realizan determinada práctica profesional.

De este modo, un currículum por competencias profesionales integradas que articula conocimientos globales, conocimientos profesionales y experiencias laborales, se propone reconocer las necesidades y problemas de la realidad. Tales necesidades y problemas se definen mediante el diagnóstico de las experiencias de la realidad social, de la práctica de las profesiones, del desarrollo de la disciplina y del mercado laboral. Esta combinación de elementos permiten identificar las necesidades hacia las cuales se orientará la formación profesional, de donde se desprenderá también la identificación de las competencias profesionales integrales o genéricas, indispensables para el establecimiento del perfil de egreso del futuro profesional.

El modelo de competencias profesionales integrales establece tres niveles, las competencias básicas, las genéricas y las específicas, cuyo rango de generalidad va de lo general a lo particular. Las competencias básicas son las capacidades intelectuales indispensables para el aprendizaje de una profesión; en ellas se encuentran las competencias cognitivas, técnicas y metodológicas, muchas de las cuales son adquiridas en los niveles educativos. Las competencias genéricas son la base común de la profesión o se refieren a las situaciones concretas de la práctica profesional que requieren de respuestas complejas. Por último, las competencias específicas son la base particular del ejercicio profesional y están vinculadas a condiciones específicas de ejecución.

También las competencias se pueden desglosar en unidades de competencia, definidas dentro de la integración de saberes teóricos y prácticos que describen acciones específicas a alcanzar, las cuales deben ser identificables en su ejecución. Las unidades de competencia tienen un significado global y se les puede percibir en los resultados o productos esperados, lo que hace que su estructuración sea similar a lo que comúnmente se conoce como objetivos; sin embargo, no hacen referencia solamente a las acciones y a las condiciones de ejecución, sino que su diseño también incluye criterios y evidencias de conocimiento y de desempeño (Iberfop-oei, 1998). La agrupación de diferentes unidades de competencia en grupos con clara configuración curricular da cuerpo a las mismas competencias profesionales.

Por su parte, los saberes teóricos definen los conocimientos teóricos que se adquieren en torno a una o varias disciplinas. Finalmente, los saberes valorativos, incluyen el querer hacer, es decir, las actitudes que se relacionan con la predisposición y motivación para el autoaprendizaje, y el saber convivir, esto es, los valores asociados a la capacidad para establecer y desarrollar relaciones sociales.

Los modelos educativos basados en competencias profesionales implican la revisión de los procedimientos de diseño de los objetivos educativos, de las concepciones pedagógicas que orientan las prácticas centradas en la enseñanza (y con ello, la

propia práctica educativa), así como de los criterios y procedimientos para la evaluación.

CONCLUSIONES

El desarrollo de competencias investigativas es imprescindible para el entorno educativo y requiere de la implementación de acciones significativas que conlleven a la producción, generación y divulgación de trabajos científicos durante la formación de los comunicadores sociales.

Los modelos educativos para la formación profesional basados en competencias deben ser replanteados en praxis con la finalidad de formar un comunicador social con un perfil de egreso que le permita enfrentarse a los cambios vertiginosos que se dan en la sociedad por los avances de la ciencia y la tecnología.

La Universidad de Guayaquil debe constituirse en un espacio para que el personal docente tenga una capacitación y actualización permanente de tal manera que se promueva el fortalecimiento académico mediante el desarrollo investigativo en el campo de ciencias sociales y ser los que formen a los nuevos profesionales con competencias similares a las adquiridas.

Todos los centros de educación superior deben encaminarse hacia el fortalecimiento de la investigación con la promoción de publicación de trabajos investigativos como artículos científicos en revistas indexadas, ponencias en eventos académicos nacionales e internacionales, intervención en semilleros, entre otros; y no solo limitarse solo a la elaboración del trabajo de titulación como requisito de grado.

BIBLIOGRAFÍA

Agudelo O, Maria Alicia. Una aproximación a la consolidación de líneas de investigación desde la educación, la comunicación y la tecnología. En: RevistaieRed: Revista Electrónica de la Red de Investigación Educativa [en línea]. Vol.1, No.1 (Julio-Diciembre de 2004). Disponible en Internet:<<http://revista.iered.org>>. ISSN 1794-8061

Bustamante, Enrique (coord.) Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital. Ed. Gedisa, Barcelona, 2003.

Gonczi, Andrew: "Instrumentación de la educación basada en competencias, perspectivas teóricas y prácticas en Australia", en Argüelles, A. (comp.),

Competencia laboral, y educación basada en normas de competencia, Limusa-sep-coneel-conalep, México, 1996. Pp. 265-288.

Irigoin, M., y Vargas, F. (2002). Módulo 2. La formación basada en competencias. Unidad 5. El diseño de la formación basada en competencias (FBC). En M. Irigoin. y F. Vargas (Auts.), Competencia laboral: Manual de conceptos, métodos y aplicaciones en el sector salud (pp. 175-214). Montevideo: CINTERFOR-OPS.

Maldonado, L. F., Landazábal, D. P., Hernández, J. C., Ruíz, Y., Claro, A., Vanegas, H. y Cruz, S. (abril-junio, 2007). Visibilidad y formación en investigación. Estrategias para el desarrollo de competencias investigativas. *Studiositas*, 2(2), 43-56. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2719652>.

Malpica, María del Carmen, "El punto de vista pedagógico", en Argüelles, A., op. cit., pp. 123 -140.

Moreno Bayardo, María Guadalupe (2005). Potenciar la educación. Un currículum transversal de formación para la investigación. REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, vol. 3, núm. 1. pp. 520-540. Red Iberoamericana de Investigación Sobre Cambio y Eficacia Escolar. Madrid, España

Pérez, N. E., y Setién, E. (octubre, 2008). La interdisciplinariedad y la transdisciplinariedad en las ciencias: Una mirada a la teoría bibliológico-informativa. *Acimed*, 18(4). Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v18n4/aci31008.pdf>

Piscitelli, Alejandro. (2002). Metacultura: el eclipse de los medios masivos en la era de internet. Argentina: la crujía.

Tobón, S. (2008a). Gestión curricular y ciclos propedéuticos. Bogotá: ECOE

Tobón, S. (2008b). La formación basada en competencias en la educación superior. El enfoque complejo. Bogotá: Instituto Cife.

Tobón, S., Rial, A., Ángel, M. y García, J. A. (2006). Competencias, calidad y educación superior. Bogotá: Magisterio. Tobón, S., Rial, A., Ángel, M. y García, J. A. (2006). Competencias, calidad y educación superior. Bogotá: Magisterio.

016. ESTRATEGIAS DE MARKETING ONLINE PARA CAPTAR NUEVOS CLIENTES CUENTA AHORRISTAS DEL BANCO DE AUSTRO.

Autores:

Ing. Margarita Patricia Coronel Reinoso

Ingeniera en Administración de empresa con mención en Marketing de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Samborondón.

pcoronel86@outlook.com

Guayaquil - Ecuador

Mgs. Xavier Reinaldo Plaza Castro

Docente Universidad ECOTEC

xplaza@ecotec.edu.ec

Guayaquil - Ecuador

RESUMEN

Desde la aparición del Facebook, Twitter y el posicionamiento en la web, el marketing toma una dirección virtual que se denomina el Marketing Electrónico y que paulatinamente los Bancos del Ecuador han ido implementando y desarrollando; sin embargo, aunque la retroalimentación es casi inmediata, el riesgo de marca siempre está inherente y así como la transmisión del mensaje se da de manera rápida, lo negativo también. Así, cuando se diseñan estrategias acertadas, las empresas o en este caso los bancos, pueden utilizar este medio para capturar clientes potenciales que permitirán tanto fondear a la institución como colocar un producto de crédito.

El servicio que presta el Banco del Austro a sus clientes es considerado como un buen servicio, sin embargo, el banco no cuenta con estrategias de marketing digital para captar clientes cuenta ahorristas. Debido a esto se crea la necesidad de crear estas estrategias y así sacar provecho a este medio de comunicación que ha revolucionado el entorno. Por lo tanto, este trabajo aspira elaborar estrategias de marketing digital para el Banco del Austro en la ciudad de Guayaquil, esta propuesta reestructura el plan estratégico anterior, haciéndolo más dinámico y enriquecedor para la organización.

A través de una investigación realizada en la red social twitter se identificó una falencia del banco debido a que los clientes utilizan la mencionada red social para realizar quejas y reclamos, se busca con estas estrategias cambiar el enfoque que se ha dado a esta herramienta.

En la encuesta realizada se pudo evidenciar que la red social más utilizada es el Facebook, por tal motivo se propone la realización de un fan page con contenidos de

ahorro para captar más clientes cuenta ahorristas y fidelizar a los ya captados. El planteamiento de las estrategias de marketing digital del presente trabajo de investigación comprende cuatro fases dentro de las cuales se realiza una descripción del mercado actual y de la empresa y se plantean estrategias aplicables de Marketing digital, las tácticas y la calendarización de las estrategias a fin de controlar el cumplimiento del mismo y así captar la mayor cantidad de clientes.

Palabras Claves: Marketing digital, redes sociales, Facebook.

ABSTRACT

Since the advent of Facebook, Twitter and positioning on the web, marketing takes a virtual address is called the Electronic Marketing and gradually Banks of Ecuador have been implemented and developed; however, although the feedback is almost immediate, the risk is always inherent and brand and message transmission occurs quickly, the negative too. Thus, when designing successful strategies, companies or banks in this case, they can use this medium to capture potential customers that will fund both the institution as placing a credit product.

The service provided by the Austro bank their customers is considered good service, however, the bank does not have digital marketing strategies to attract customers account savers. Because of this the needs to create these strategies is created and thus take advantage of this medium that has revolutionized the environment. Therefore this work aims develop digital marketing strategies for the Austro bank in the Guayaquil, this proposal restructures the previous strategic plan, making it more dynamic and enriching for the organization.

Through research in the social network tweeted a flaw bank identified because customers use the aforementioned social network for complaints and claims, it seeks with these strategies shift the focus that has been given to this tool.

In the survey it was evident that the most used social network is Facebook, for that reason the realization of a fan page with content proposed savings to reach more customers and retain savers has already captured. The approach of the digital marketing strategies of this research comprises four phases within which a description of the current market and the company is done and apply digital marketing strategies arise, tactics and scheduling strategies to control compliance with it and thus capture more customers.

Keywords: Digital Marketing, social networks, Facebook

INTRODUCCIÓN

El Banco del Austro es una institución financiera que se encuentra categorizada como un banco mediano, tiene su sede principal en la ciudad de Cuenca presencia en las principales ciudades del Ecuador, sus casi 40 años de operaciones ha hecho que este banco ya esté posicionado en el mercado, sin embargo la evolución del marketing en los últimos años ha sido exponencial y su impacto en los negocios es altamente visible; se ha pasado de estrategias rígidas en televisión y radio, a estrategias de alto impacto, no tradicionales e incluso más económicas en redes sociales, en donde se puede obtener rápidamente un feedback de las estrategias.

Es un hecho comprobado que el sistema financiero tiene un rol de vital importancia en la actividad económica, debido a que la intermediación financiera es un medio para facilitar transacciones que, por falta de liquidez de los agentes económicos, utilizan para obtener diferentes bienes o servicios.

En el Ecuador existen 22 instituciones financieras privadas legalmente constituidas y clasificadas por: Bancos Grandes, Bancos Medianos y Bancos pequeños; para el caso del Banco del Austro, esta institución se encuentra categorizada como un Banco Mediano. En forma bruta, el nivel de colocaciones o créditos lo concentra el Banco Pichincha con el 30.37%, seguido del Banco Pacífico con el 17%; Banco del Austro presente un nivel de colocaciones del 4,71%. La colocación de cartera bruta se concentra en un 66.26% en Bancos Grandes y un 31.30% en Bancos Medianos (Superintendencia de Bancos del Ecuador).

En cuanto al nivel de captaciones (depósitos a plazos más depósitos a la vista), el Banco Pichincha concentra un 29,53%, seguido de Pacífico con un 13,23%; el Banco del Austro presenta un nivel de captaciones del 5%. Las captaciones del banco por su tamaño se concentran en un 65,40% Bancos Grandes y 32,83% Bancos Medianos. Entiéndase por captación, la recolección de dinero de personas u organizaciones a través de los instrumentos como: cuenta de cheques, cuenta de Ahorros, depósitos a Plazo fijo, etc.; todos estos instrumentos ganan un interés (intereses de captación o *tasa de interés de captación*).

Por otro lado, la coyuntura económica que atraviesa el país ha generado en parte que los bancos grandes y medianos en su afán por captar más clientes y mantener a los que ya forman parte de ellos, desarrollen estrategias de marketing agresivas, utilizando para esto varios medios de comunicación como lo son el internet, el ATL (métodos tradicionales) y el BTL (métodos no tradicionales)

Historia del banco

En la ciudad de Cuenca se fundó el Banco del Austro, considerada por muchos la entidad financiera más importante de la Región Austral, los fundadores de ésta

entidad financiera son las familias: Mora Vázquez, Peña Calderón y Eljuri Antón. El 28 de noviembre de 1977, el Banco del Austro inició sus operaciones, cuyo capital inicial fue de 31,5 millones de sucres y un edificio arrendado ubicado en la calle Bolívar, entre las calles hermano Miguel y Mariano Cueva. (Banco del Austro, 2016)

Actualidad

El Banco del Austro en la actualidad posee más de 80 oficinas a nivel nacional que cuentan con todos los productos y servicios que el Banco ofrece a sus clientes, el crecimiento en las captaciones de Banco del Austro fue mayor al del sistema financiero en conjunto en el último año.

- En los gastos operativos comparado con el ingreso total, Banco del Austro es el segundo mejor de los diez bancos más grandes del Ecuador.
- El Banco mantiene un crecimiento en pago de remesas.
- Mayor empuje y gestión comercial permite que cartera tenga mejor recuperación, por ende menor indicador de mora y a su vez menores provisiones que el anterior año.
- Productos Austrogiros, Cuenta Doki, Cuenta Plus, Cuenta Ahorros Austrogiros, Certificado de Depósitos, Líneas de Crédito Globales, CashAdvance.
- Creación de la Oficina de Proyectos.
- Calificación de Riesgo AA-.

Toda la información de la situación actual ha sido proporcionada por el Banco del Austro a fin de realizar este trabajo investigativo.

DESARROLLO

En la actualidad el Marketing es una herramienta importante para la comercialización de cualquier producto o servicio, a su vez combina ciertas actividades y recursos para conseguir su fin, que es la acción de compra del consumidor. Para poder analizar con mayor claridad el concepto y la importancia del marketing en la actualidad, a continuación, se presentan varios conceptos de marketing de diferentes autores.

Para Phillip Kotler (2013) “El marketing es un proceso a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y lo que desean mediante la creación de la oferta y el libre intercambio de productos y servicios...” (Philip Kotler; Gary Armstrong, 2013, pág. 4). En base a éste concepto se puede afirmar que el marketing es un proceso social en el cual los individuos ofrecen y demandan productos en el mercado libremente, creando la satisfacción de ambas partes.

Otro concepto que podemos citar es el de (Monferrer Tirado, 2013, pág. 9), el cual indica que el marketing “...engloba el análisis de las relaciones de una empresa con los diferentes agentes del entorno que interactúan con ella.”. Por lo tanto, el marketing es una actividad indispensable en las empresas actualmente, la cual

involucra a todos los agentes del mercado como lo son: la empresa, el consumidor, la competencia y los intermediarios para obtener mayores ventas.

Marketing On-line

En la concepción online las estrategias de marketing tradicional se han venido a adaptando al contexto digital, y pese a que las bases son las mismas si se pueden observar ciertos cambios en las estrategias y medios a utilizarse para satisfacer y relacionarse con el consumidor.

Desde una óptica actual el marketing on-line aprovecha las oportunidades que ofrece el internet para poder alcanzar los objetivos de la empresa y llegar de una forma más directa a los clientes potenciales. A su vez el marketing digital no se trata solamente sobre el uso del internet como herramienta, sino que involucra a las redes sociales que permiten una comunicación inmediata con el consumidor, conocer sus gustos, preferencias actuales para innovar día a día y competir en las mejores condiciones en el mercado. (Rodríguez Ardura, 2014)

Las estrategias de marketing online tienen como objetivo conocer el comportamiento del cliente en el mercado, pero llevado a cabo en el medio digital (Sancho, 2013), con estas estrategias se busca:

- ✓ Alcanzar los objetivos de la empresa.
- ✓ Priorizar los productos y/o servicios
- ✓ Comunicación
- ✓ Priorizar audiencias

En cuanto a los tipos de estrategia que se utilizan a nivel digital según) existen varias estrategias de marketing online aplicables a fin de obtener nuevos clientes a un bajo costo, y son las siguientes: (Loles Sancho, 2013)

- ✓ Estrategia de Mercado y producto
- ✓ Estrategia de modelos de generación de ingresos
- ✓ Estrategia de selección de audiencias
- ✓ Estrategia de desarrollo de oferta
- ✓ Estrategia de comunicación.

Estrategia de comunicación online.

Esta estrategia se basa en la forma de llevar visitantes al sitio web de la compañía o empresa ya sea atrayendo visitantes desde otros sitios web, algún medio no digital o mediante correo electrónico. (Sancho, 2013). Esta estrategia se hace posible gracias al internet, que es la plataforma virtual que ha revolucionado el mercado en la última década, la publicidad por internet tiene un origen y con el paso del tiempo aparecen nuevas formas de publicitar a través de la web y es aquí donde aparece la Web 2.0.

Cabe destacar que existen tres pilares estratégicos del marketing online que tienen entre sus objetivos ayudar a captar clientes, entre estas resaltan las social media marketing o marketing de redes sociales, el marketing en buscadores y el marketing de contenidos.

La Comisión de Medios Sociales de IAB Spain, compuesta por 101, 20 Minutos, Arena Quantum, Elogia, Gestación, Media Contacts, Netthink, Ontwice, Prisa BS, Tuenti y Weblogs S.L., ha realizado un documento científico en el cual se explica lo que deben tomar en cuenta las empresas para medir los resultados de las acciones realizadas en los medios sociales. Este documento científico contiene las 4R que se aplican en una estrategia de marketing social, Reconocimiento, Revalorización, Reacción y Recomendación de los medios sociales. (IAB, 2012). A continuación, se detallan cada una de ellas.

Reconocimiento

El reconocimiento en las redes sociales es lo primero que se debe tener en cuenta, y se mide por número de seguidores, fans o suscriptores que tenga la empresa y esto permite tener una idea clara del reconocimiento que se tiene en relación a la competencia (IAB, 2012), si se enfoca a las redes sociales se puede concluir que una cuenta de Twitter con diez mil seguidores tiene más reconocimiento que una que tenga cinco mil seguidores.

Revalorización

La revalorización consiste en tener una participación constante con el público objetivo en éste medio, lo que quiere decir que se mide en base a las interacciones de los usuarios como likes, comentarios, respuestas, etc. "...todos estos datos hacen que nuestra comunidad aumente; se revalore." (IAB, 2012, pág. 7)

Reacción

Como el conocido refrán dice, "cada acción genera una reacción", en éste medio se aplica de la misma forma ya que cuando se ha logrado revalorizar la empresa con las interacciones (IAB, 2012), en la reacción se busca que esas interacciones sean positivas y añadan valor a los objetivos planteados, una mala reacción de los clientes potenciales es mala publicidad para la organización lo que conlleva a generar una imagen inadecuada, un alejamiento de los objetivos organizacionales y valores de la empresa.

Marketing de buscadores o SEM/SEO

En el marketing de atracción y el marketing on-line se escucha mucho el concepto de SEM y SEO o marketing de buscadores que según (Oscar del Santo; Daniel Álvarez, 2012), son esenciales para que los clientes potenciales encuentren fácilmente las ofertas y promociones de la empresa, por este motivo a continuación se dará un breve concepto de ambos para su comprensión.

SEO en inglés significa (*Search Engine Optimization*), u optimización de los motores de búsqueda, como Google, Bing, Yahoo, etc. (Oscar del Santo; Daniel Álvarez, 2012, pág. 33) "...consiste en "conversar" con los motores de búsqueda en un lenguaje comprensible para ellos sobre la oferta de contenido, productos y servicios que tenemos publicados en nuestra página web". A diferencia del SEM, el SEO no requiere realizar pago alguno, sino que se trata de mejorar la visibilidad de la página web publicitada, mediante estrategias que permitan la optimización de la página web, para esto se requiere de estrategias para la correcta indexación de los resultados.

Según (Oscar del Santo; Daniel Álvarez, 2012, pág. 54) existen dos maneras de hacer SEO, limpio (*White Hat SEO*) y sucio (*Black hat SEO*), "...el uno se enfoca en generar contenidos de calidad y el otro trata de manipular el algoritmo de búsqueda para conseguir beneficios con contenidos pirata."

Enfoque de la investigación

El enfoque de ésta investigación es cuantitativo debido a que utiliza estadística. El proceso es secuencial, deductivo, probatorio, analiza la realidad objetiva. Aporta: generalización de resultados, control sobre fenómenos, precisión, replica, predicción.

Población y Muestra

Como población para este trabajo de investigación se ha considerado a las personas económicamente activas, de entre 25 a 35 años de edad que residen en la ciudad de Guayaquil, esta cifra se la obtuvo del Censo de Población y de Vivienda – 2010. Se realizó la búsqueda de la información poblacional de la página web REDATAM INEC con los siguientes criterios:

Edad:	Entre 25 a 35 años
Categoría de Ocupación:	Empleado del estado, empleado privado, patrono y socios
Parroquia:	Urbana
Área Geográfica:	Guayaquil

Tabla 1 Población económicamente activa de la ciudad de Guayaquil año 2010

Edad	Categoría de ocupación			TOTAL
	Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	Empleado/a u obrero/a privado	Patrono/a	
25	2,551	15,804	389	18,744
26	2,529	15,229	354	18,112
27	2,469	14,876	381	17,726
28	2,715	15,619	463	18,797
29	2,657	15,517	432	18,606
30	2,756	15,553	554	18,863
31	2,486	14,225	516	17,227
32	2,465	13,689	547	16,701
33	2,350	12,963	533	15,846
34	2,286	12,123	518	14,927
35	2,273	11,483	574	14,330
			total	189,879

Fuente: Sistema integrado de consultas (REDATAM, 2010)

El tipo de muestra para la investigación es aleatoria, se consideró un error típico del 5% y una confianza del 95% que son los datos estándares y generalmente aceptados para un trabajo de investigación. Se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 pqN}{e^2(N-1) + Z_{\alpha/2}^2 pq}$$

Crecimiento poblacional 2016 (189,879*0.154) = 29,241 personas

Población actual 189,879+29,241 = 219,120 personas

Población con acceso a Internet (N) (219.120*0.40) = 87,648 personas

N: 87.648 personas

$\alpha/2$: 95%

$Z_{\alpha/2}$: 1.96

p: 0.5

q: 0.5

e: 5%

Reemplazando en la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(87,648)}{(0.05)^2 (87,648 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = 382$$

Propuesta

La siguiente propuesta está orientada en el desarrollo de una estrategia de comunicación la misma que estará orientada en cumplir con el objetivo de captar nuevos clientes para el Banco del Austro.

Matrices estratégicas

Objetivos de marketing

Objetivo General

- ✓ Aumentar las captaciones de cuenta ahorristas para el Banco del Austro en la ciudad de Guayaquil para el año 2016

Objetivos Específicos

- ✓ Mejorar las promociones del banco para captar un mayor número de clientes
- ✓ Establecer canales de comunicación en medios digitales informando las promociones del banco.
- ✓ Generar valor diferencial.

MARKETING ESTRATÉGICO

Planificación Estratégica

El siguiente apartado se muestra la propuesta de marketing digital para la aplicación de las estrategias en el Banco del Austro de la ciudad de Guayaquil, sin embargo, se deben tomar en cuenta algunos puntos antes de la elaboración de las estrategias.

Elaboración de estrategias

Estrategia 1

Tipo: Desarrollo de Mercado

Estrategia: Desarrollar una e-fraestructura o landing page

- ✓ Convertir a los usuarios en clientes finales
- ✓ El usuario envía su información de contacto para acceder al contenido lo que se traduce en información personal de clientes potenciales

Estrategia 2

Tipo: Estrategia de Promoción 1

Estrategia: SEM

- ✓ Aumentar su visibilidad en las páginas de resultados del motor de búsqueda Google
- ✓ Creación de anuncios

Estrategia 3

Tipo: Estrategia de Promoción 2

Estrategia: SEO

- ✓ Obtener autoridad de la marca y rendimiento en los resultados de búsqueda
- ✓ Hacer más útil la página web tanto para los usuarios como para los motores de búsqueda

Estrategia 4

Tipo: Estrategia de Diseño y Desarrollo

Estrategia: Cross Media Marketing

- ✓ Diferenciación a través de la personalización y el aprovechamiento multimedia
- ✓ Diversificar los múltiples canales de comunicación para facilitar el diálogo con el potencial cliente.

Estrategia 5

Tipo: Estrategia de comunicación 1

Estrategia: Redes Sociales

- ✓ Utilización de la herramienta para promocionar el servicio y atender los requerimientos de forma inmediata
- ✓ Colocar contenido con concepto de ahorro

Estrategia 6

Tipo: Estrategia de comunicación 2

Estrategia: email marketing o marketing de contenido

- ✓ Generación de relaciones directas con los clientes potenciales
- ✓ Generar lealtad del cliente personal y empresarial, adquiriendo clientes nuevos o convenciendo clientes actuales para adquirir nuevos productos

CONCLUSIÓN

Se puede apreciar que entre las estrategias claves para el desarrollo de una estrategia de marketing online integral para el Banco de Austro está la construcción

de una e-estructura la misma que permitirá filtrar a los prospectos hasta convertirlos en clientes de sus servicios.

De igual forma se busca aumentar la presencia online del banco en los medios online específicos para lograr un mayor alcance de marca y de los servicios que brinda, en este caso la cuenta de ahorros.

Las estrategias de marketing online utilizadas para captar clientes cuenta ahorrista para el Banco del Austro giran en torno a tres pilares fundamentales, el marketing de redes sociales, marketing de buscadores y el contenido.

BIBLIOGRAFÍA

Monferrer Tirado, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.

Philip Kotler; Gary Armstrong. (2013). *Dirección de Marketing: Conceptos Fundamentales* (11 ed.). Estados Unidos: Pearson Education.

Rodríguez Ardura, I. (2014). *Marketing Digital y Comercio Electrónico*. Pirámide.

Oscar del Santo; Daniel Álvarez. (2012). *Marketing de Atracción 2.0*. Madrid: PuroMarketing.

SITIO WEB

Sancho, L. (18 de febrero de 2013). *Oreste Socialmedia*. Obtenido de <http://www.orestesocialmedia.com/5-tipos-de-estrategia-de-marketing-online/>

Superintendencia de Bancos del Ecuador. (2009). Obtenido de http://www.sbs.gob.ec/practg/p_index

IAB. (Junio de 2012). *Interactive Advertising Bureau*. Obtenido de La Comisión de Medios Sociales de IAB Spain, compuesta por 101, 20 Minutos, Arena Quantum, Elogia: www.iabspain.net

017. ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN VISUAL DE VIDEOS LATINOAMERICANOS EN YOUTUBE Y SU RECEPCIÓN EN JÓVENES GUAYAQUILEÑOS.

Autores:

Lcda. Cinthya Párraga L.

cinthya.parragal@ug.edu.ec

Facultad de Comunicación Social.

Universidad de Guayaquil.

MSc Tomás Rodríguez C.

tomas.rodriguez@ug.edu.ec

Docente Investigador

Facultad de Comunicación Social.

Universidad de Guayaquil

Resumen

Este artículo tiene como base el trabajo de titulación del mismo nombre realizado por la autora con la tutoría del co-autor.

El problema de investigación abordado fue *¿cuáles son los principales elementos de comunicación visual que reciben los jóvenes de 18 a 20 años a partir de los videos musicales latinoamericanos en You Tube?* El objetivo general *Identificar los principales elementos de comunicación visual que reciben los jóvenes de 18 a 20 años a partir de los videos musicales latinoamericanos en You Tube.*

La *comunicación visual* mantiene una estrecha relación con el mensaje; su intención receptiva deviene de la socialización de imágenes cargadas de significantes que producen en los consumidores, una cantidad de interpretaciones emocionales en concordancia con los contextos sociales, culturales y psicológicos. El *comportamiento por recepción* toma como fuente la escala de sonidos, imágenes en movimiento y luces que se adecuan en diferentes sectores por los que transita el internauta. Estos ambientes resultan atractivos y forman un contexto de impacto por ser de fácil acceso y mostrar una variedad de opciones para la elección del interesado.

Esta investigación sostiene una episteme *Hermenéutica* que ejecuta el análisis de los métodos universales del fenómeno interpretativo. Las tendencias de la música y sus medios de difusión necesitan de un estudio sobre la vinculación que tienen con su historicidad para un análisis metodológico. En este estudio emplea un tipo de investigación descriptiva puesto que maneja herramientas que describen de forma sistemática la connotación sobre un objeto y permite recoger los datos sobre la base de la hipótesis para predecir e identificar las relaciones que existen entre dos o más

variables. Tiene un diseño no experimental transeccional porque el tiempo que se emplea para este estudio tiene un lapso de duración aproximado de dos años.

La hipótesis que sostuvo este trabajo fue *existe un porcentaje significativo de jóvenes en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil que, al visualizar los videos musicales, adoptan niveles de comportamiento por la comunicación visual que consumen*. Se trabajó con dos variables, dimensiones, e indicadores. Ocho técnicas de investigación. Una población finita, y una muestra probabilística aleatoria.

Este público considera que un video musical con características urbano-culturales transmite emociones y provocan una serie de efectos en su recepción; ellos dan mucha importancia al ambiente en donde se encuentren, la armonía de los ritmos, letras y los factores visuales que permiten una total persuasión. Para ello los videos estudiados cuentan con escenografías que llaman la atención de las personas y crean un sentido de originalidad.

Palabras Claves: Youtube, efectos comunicacionales, recepción cultural, realidad visual.

Introducción

Comunicación

En la sociedad, las diversidades culturales cambian cuando la mediación tecnológica empieza a penetrar en las actividades que ofrece la globalización con algunos contenidos del internet en cuantiosos y diversos aspectos comunicacionales.

El texto de *La sociedad en la ubicuidad, los prosumidores y un modelo de comunicación para comprender la complejidad de las comunicaciones digitales* detalla lo siguiente:

[...] “Para comprender el impacto de YouTube en la ecología cultural de la industria televisiva, resulta indispensable reparar el comportamiento que observan los prosumidores en el ambiente comunicativo de You Tube (...), la democratización sin duda alguna es el resultado de las acciones comunicativas emprendidas por comprometidos prosumidores”. (Islas, 2011, 75-76).

Un prosumer que ejerce canales de comunicación humanos, al mismo tiempo es consumidor y productor de contenidos se convierte en el protagonista que participa en un mundo digital de comunicación. El prosumer participa ofreciendo al nativo digital una serie de productos de consumo que vinculan al conocimiento social humano por el entretenimiento de masas de receptores digitales.

Semiótica.

La representatividad e interpretación de cada uno de los códigos visuales que se encuentran en el desenlace de una conexión entre un espectador y el producto

visual dependen, en gran medida, del estudio semiótico que tenga la investigación y sobre ese estudio el tema cultural aborda nuevos conceptos de interpretación.

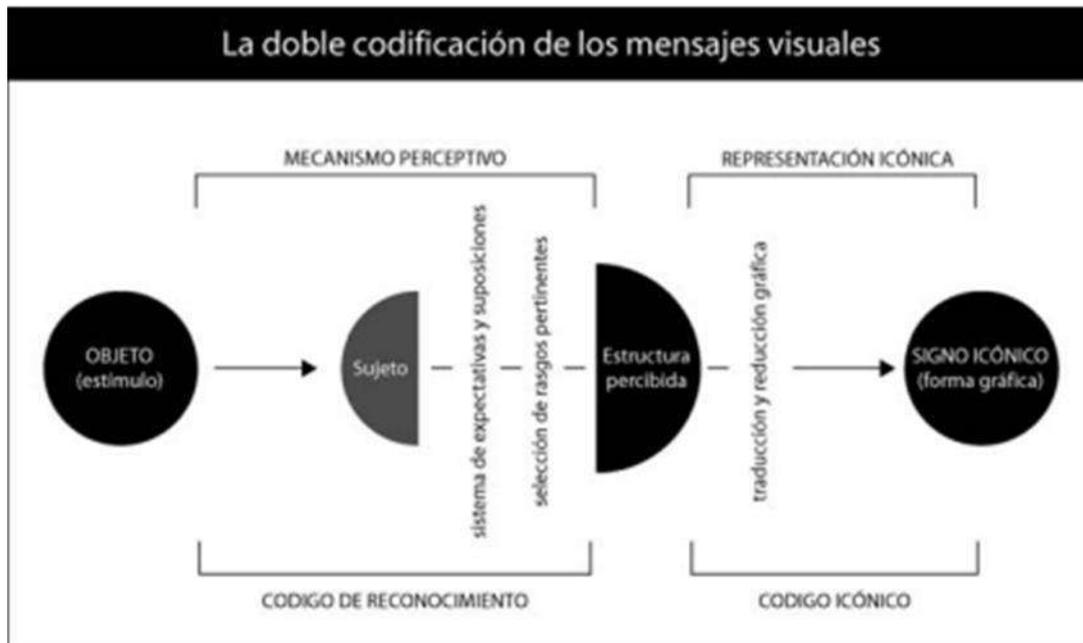
En el texto *YouTube como plataforma de la sociedad de espectáculo* se expresa:

[...] "You tube como matriz cultural de especularización desde la perspectiva crítica, es un discurso ininterrumpido del orden actual, que ofrece la eternidad virtual del ciberespacio y la socialización, la mirada de los otros mediante el acceso instantáneo a través de la imagen audiovisual, responde a la lógica de la cultura como mercancía". (Bañuelos, 2009, 9).

Los diversos preceptos que adquiere una sociedad dependen en gran manera de la imagen audible que la rodea; esto en contraste con la forma de visualizar a la misma forma un pensamiento distinto y se desliza hacia un comportamiento sostenido por ideas. La importancia de la velocidad máxima con la que un video puede saltar a ser visualizado por el mundo entero impresiona, pero aún más cuando este se vuelve viral.

Comunicación Visual.

La gama de mensajes que contienen las imágenes en movimiento permiten identificar por medio de la rama de la comunicación visual el impacto que puede producir en el espectador. En el libro titulado *Semiología de los mensajes visuales* se encuentra una imagen que representa el mensaje visual y sus dobles codificaciones, que define lo siguiente.



Comunicación I - Cátedra Arfuch - Diseño Gráfico - FADU - UBA

Tabla 1. La doble codificación de los mensajes visuales. (Eco, 2009, 9)

Esto demuestra el estímulo visual que transporta una imagen cuando es transmitida por diferentes mecanismos, entre las características que tiene la imagen, su código visual para en los sentidos del preceptor.

Los videos musicales mantienen una estrecha relación con el mensaje, finalmente la intención de un video deviene de la socialización con las imágenes cargadas de efectos que producen en el receptor una cantidad de sensaciones animadas a un punto de movimientos propicios en la imagen.

Redes Sociales y aspectos culturales

Las necesidades tecnológicas se concentran en las variables que se necesitan exponer para formar atractivamente un servicio que facilite, sostenga y vincule las nuevas perspectivas de la música y todo su rodaje lingüístico; mismo que prepondera en una sociedad vinculada al consumismo de lo nuevo, que proclama avances desde los medios de comunicación.

En el artículo titulado *De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0* se indica.

[...] “Las redes sociales además de tener un poderoso potencial para el ocio y la comunicación informal también tienen utilidades profesionales, formativas o de aprendizaje ya que configuran comunidades de práctica. Esta dualidad del potencial

de las redes sociales se manifiesta en múltiples planos, a veces divergentes y aparentemente contradictorio”. (Area, 2012,13)

La dualidad, un arma de alto voltaje en el movimiento generado por redes sociales, se convierte en una esfera que gira a en torno a las tendencias de compartir videos de diferentes estilos, para distintas personalidades. Estos captan la atención del consumidor y comparte su contenido; una automática reacción si el producto cautiva las subjetividades. Así, se concentran las definiciones del consumo para relacionarlo con las nuevas tecnologías de la información y el entretenimiento, en consecuencia el consumo es el diario vivir del ser humano.

Investigación de consumos musicales.

Los diferentes modelos de recepción en una sociedad sostenida en la plataforma de las culturas, llevan a los entendidos de la música, descifrando al acto sonoro, a manipular las actividades que producen la libre compra y venta en el mercado de la web.

El estudio titulado *Herramientas y recursos para la creación y consumo musical en la web 2.0.* se establece

[...] “Las herramientas y servicios de la red social ha puesto de manifiesto en el caso del mensaje sonoro hasta qué punto se hace cierta la afirmación de que ‘la creatividad es una actividad que se produce en red y que requiere de acceso a la cultura, al conocimiento y a la información existente para poder ser desarrollada’, y que en consecuencia todo el mundo a diferentes escalas, puede contribuir a producir cultura, valores y riqueza si dispone de los medios y las condiciones adecuadas”.(Gértrudix, cit. a FCForum, 2014, 7).

La música, como experiencia sonora en el ser humano, ha venido adentrándose en su diario vivir; participando en la comunicación e intercambio de sentimientos. A esta música se la encasilla en las acciones del humano por el cambio avanzado de pensamientos, formas de amar, vestir, hablar e incluso bailar. Este fenómeno evolutivo llega a formar parte de la concentración cultural de una sociedad.

Las plataformas de videos musicales son una de las primeras opciones para analizar a la música desde diversos ángulos interpretativos, y como ente de socialización cultural. Así mismo, el proceso de persuasión que producen al visualizar escenas que proyectan a la audiencia nuevas posibilidades de re-significación cultural.

Materiales y Métodos.

Esta investigación se basa en la hermenéutica por la relación de la historicidad de los videos con el objeto de estudio que relata a una sociedad persuadida por los fenómenos interpretativos que produce la comunicación visual de los símbolos musicales en distintos medios de comunicación y uno de ellos las nuevas tecnologías.

Emplea un tipo de investigación descriptiva puesto que maneja herramientas que describen de forma sistemática la connotación sobre un objeto y permite recoger los datos sobre la base de la hipótesis para predecir e identificar las relaciones que existen entre dos o más variables. Tiene un diseño no experimental-transeccional porque no modifica, ni manipula las variables el tiempo que se emplea para este estudio tiene un lapso de duración aproximado de dos años.

La hipótesis con la que se trabajó fue *Existe un porcentaje significativo de jóvenes en la facultad de Comunicación Social, que al visualizar los videos musicales, adoptan niveles de comportamiento por la comunicación visual que consumen.*

Así, las variables a trabajar fueron: a) Comportamiento por recepción; b) Comunicación visual.

La definición operacional de las variables:

COMPORTAMIENTO POR RECEPCIÓN.		
Niveles de recepción de audiencias.	Condición social de la audiencia.	Esquemas de persuasión sobre signos y símbolos de los videos musicales.
Gustos e intereses por la música. Asociación en esquemas de libertad Depresión post-video musical. Euforia post-video musical.	Condición económica. 1. Rentabilidad. 2. Vulnerabilidad. 3. Sustentabilidad.	Denotación de los videos musicales.
Motivaciones para ver videos.	Estudio de las edades que consumen videos musicales.	Connotación de los videos musicales.
Efectos que causan los sonidos.	Referentes de la cultura de la audiencia.	Rezonificación de los videos musicales.

Tabla 1. Esquema de comportamiento por recepción. Autoría propia

COMUNICACIÓN VISUAL		
Composición de las imágenes en movimiento.	Manipulación en la producción de elementos visuales.	Calidad artística de los videos musicales.
Critica de los estilos de mensajes.	Indicadores situacionales del consumidor	Contorno estético.
Marketing del video musical.	Interacción musical.	Consumo cultural.
Estudio semiótico.	Fenómenos musicales.	Representación del movimiento corporal.

Tabla 2. Comunicación Visual. Autoría propia

Se articularon nueve técnicas de investigación: a) Información bibliográfica; b) Información documental; c) Entrevista abierta; d) Test gráfico proyectivo; e) Entrevista semi abierta; f) Encuesta; e) Escala de Likert; f) Situación ideal; g) Escala de Thurstone;

La muestra fue probabilística-aleatoria. La población de este estudio comprende una cantidad de 2049 alumnos matriculados legalmente en el periodo lectivo 2014-2015 en la facultad de Comunicación Social.

La muestra de esta investigación clasifica a los 234 estudiantes del primero y segundo semestre de la facultad de Comunicación Social que asiste en horario matutino con edades de entre 18 y 20 años. Se destaca que la información estadística es certificada por la facultad de Comunicación Social. Al final, un número de 126 alumnos conseguido a través de un procedimiento estadístico de muestreo para identificar la población a estudiar.

(N) Población. 234 alumnos.

(E) Error de muestreo 5% (0,05)

(Z) Nivel de confiabilidad 1,65 (95%)

(P) Probabilidad de ocurrencia 50%

(Q) Probabilidad de no ocurrencia 50%

Fórmula.

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

$$(1,65)^2 \cdot (234) \cdot (0,5) \cdot (0,5)$$

$$(0,005)^2 \cdot (234-1) + (1,65)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)$$

$$(2,7) \cdot (234) \cdot (0,5) \cdot (0,5)$$

$$0,58 + 0,67$$

$$157,9$$

$$1,25$$

$$126R//$$

Por tanto el resultado arroja un número de 126 alumnos con edades de 18 a 20 años, que conforman el objeto de estudio.

Resultados

Variable: Comportamiento por recepción.

Dimensión: Niveles de recepción de audiencias.

Indicador: Motivaciones para ver videos musicales.

Técnica de investigación: Encuesta.

¿Qué elementos intervinieron para que usted visualizara los videos Bailando, Pegadito y La Gozadera?	
Redes sociales	77
Comentarios de amigos	18
Medios de comunicación	30
Conciertos.	1
TOTAL	126

Tabla 4 ¿Qué elementos intervinieron para que usted visualizara los videos Bailando, Pegadito y La Gozadera?



Gráfico 1 ¿Qué elementos intervinieron para que usted visualizara los videos?

En el siguiente gráfico se muestra la invención del internet con el 61% como primera opción en la sociedad al convertirse en unos de los principales medios de comunicación que transporta entretenimiento y en su más variada herramienta una red social.

Variable: Comportamiento por recepción.

Dimensión: Niveles de recepción de audiencias.

Indicador: Motivaciones para ver videos musicales.

Técnica de investigación: Cambio de rol.

Tabla 5 Indique la frecuencia con la que ve un video cuando le agrada

	Indique la frecuencia con la que ve un video cuando le agrada
Todos los días	80
Dos veces por semana	12
Tres o más veces por semana	34
TOTAL	126

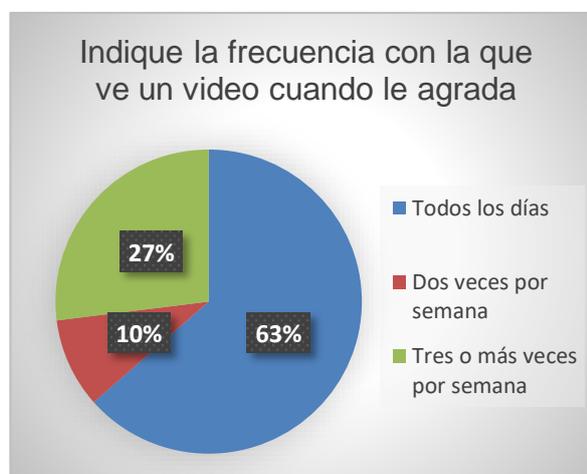


Gráfico 2 Indique la frecuencia con la que ve un video cuando le agrada

Cuando el gusto por un objeto se vuelve una sensación de necesidad el individuo, así lo afirma el 63% de los estudiantes que buscan los canales necesarios para satisfacerla, mediante los canales electrónicos la facilidad el acceso permite al individuo transitar de manera incontrolable lo que la lleva a nuevos senderos de exploración en contenidos. La motivación es elemental para que un video sea reproducido en varias ocasiones desde la plataforma de You Tube y cada uno de los aspectos que influyen para conformar la conexión entre video y espectador fueron evaluados a fin de buscar nuevos conceptos de interpretación colectiva.

Variable: Comportamiento por recepción.

Dimensión: Condición social de la audiencia.

Indicador: Estudio de las clases que consumen videos musicales.

Técnica de investigación: Entrevista abierta.

¿Considera a la edad como un elemento individual para calcular la sintonía de las músicas urbanas?

Sí, porque evidentemente cada época está marcada por las características culturales y artísticas, que se ponen de “moda”, entonces los medios de comunicación las popularizan y marcan las generaciones que la consumen. De acuerdo con esta explicación, no es igual la valoración de un adulto a la de un joven adolescente o a la de un niño.

Ph. D. Ruth Cárdenas Soler.

Docente Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

Variable: Realidad visual.

Dimensión: Composición de las imágenes en movimiento.

Indicador: Critica de los estilos de mensajes.

Técnica de investigación: Situación ideal.

Tabla 6 ¿Cree usted que el contenido de las frases verbales de un video musical puede persuadir para cambiar su manera de hablar?

	¿Cree usted que el contenido de las frases verbales de un video musical puede persuadir para cambiar su manera de hablar?
SÍ	89
NO	37
TOTAL	126



Gráfico 3 ¿Cree usted que el contenido de las frases verbales de un video musical puede persuadir para cambiar su manera de hablar?

La cotidianidad y el hablar se entrelazan para convertir la forma de comunicar como lo afirma el 71% de los estudiantes y es así que el entorno y una composición visual y musical puede incidir en el contexto y la forma de comunicarse del ente social.

Variable: Realidad visual.

Dimensión: Composición de las imágenes en movimiento.

Indicador: Crítica de los estilos de mensajes.

Técnica de investigación: Encuesta.

Tabla 7 Cuando escucha una canción que le agrada

Cuando escucha una canción que le agrada:	
Repite la letra	24
Solo la escucha	14
Medita en su contenido verbal.	18
Utiliza las frases de la canción en sus conversaciones	70
TOTAL	126



Gráfico 4 Cuando escucha una canción que le agrada

El 56% de las personas admitió que cuando una música les gustaba repetían las frases de la canción en sus conversaciones, esto da razones para identificar a una

audiencia que seducida por ciertos ritmos puede hacer de una canción objeto de uso en la comunicación.

Variable: Realidad visual.

Dimensión: Composición de las imágenes en movimiento.

Indicador: Marketing del video musical.

Técnica de investigación: Escala de Likert.

Tabla 8 La publicidad y sus beneficios crean posicionamiento en la música por ello cree usted que:

	Muy importante.	Importante.	Poco importante.	Nada importante.
Sin marketing los videos musicales no alcanzan popularidad.	27	10	23	0
El artista solamente debe ser muy famoso para que no haya necesidad de publicitar.	22	14	16	4
Las nuevas tecnologías y redes sociales han evolucionado y con ellas basta.	25	12	12	0

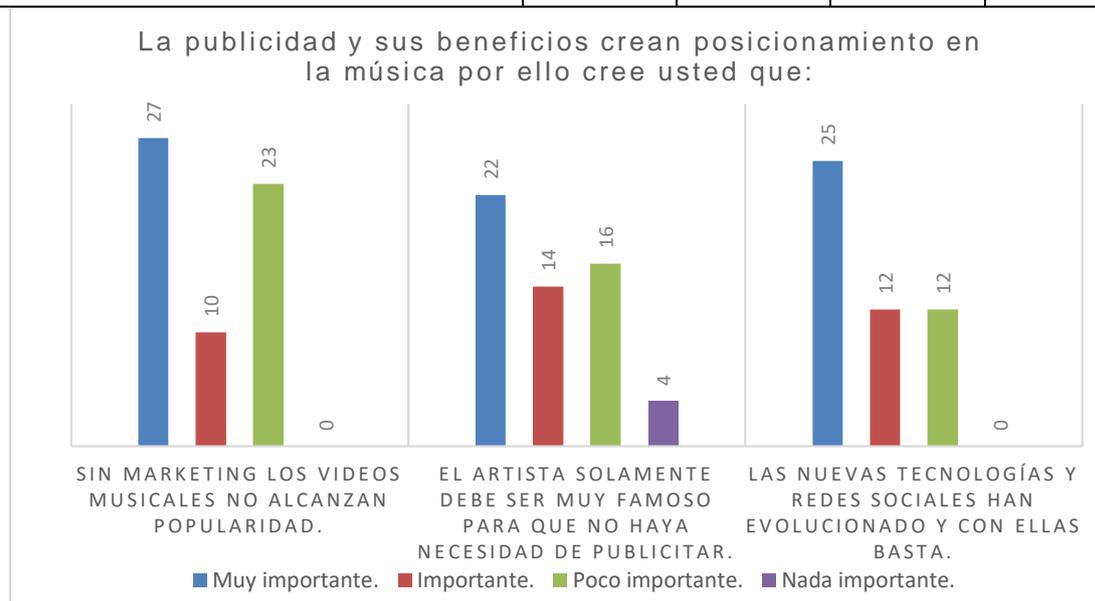


Gráfico 5 La publicidad y sus beneficios crean posicionamiento en la música.

Este planteamiento acepta las redes de comunicación de las que se apropia un video musical para alcanzar reconocimiento dentro de un determinado grupo social, para este grupo estudiado las ventajas del marketing son muchas pero otra mayoría también discrepa con ese sentido que se les da a las publicidades, pues se asume que ahora ya existen otros modos de llamar la atención. Uno de los componentes principales para determinar si el video es atractivo es saber quién lo canta, sin

dependen de la producción la fama de un artista es de mucha importancia por la atención que causa un cantante en sus nuevos lanzamientos.

Variable: Realidad visual.

Dimensión: Composición de las imágenes en movimiento.

Indicador: Estudio semiótico

Técnica de investigación: Encuesta.

Cree que los videos musicales necesitan de:

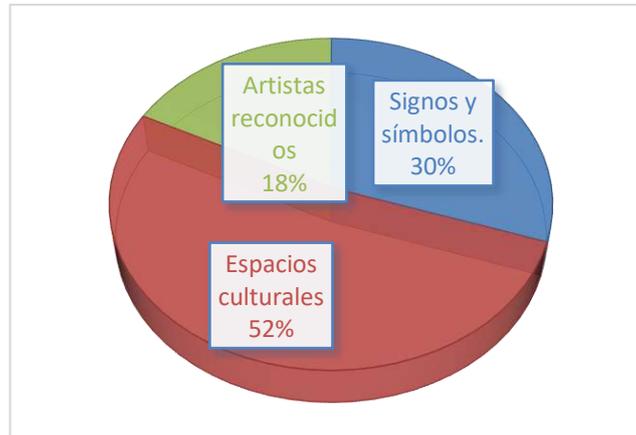


Gráfico 6 Cree que los videos musicales necesitan de:

Los símbolos y signos son muchos y se los encuentra en muchos elementos, pero desde la música y exclusivamente en un video musical de tipo cultural estos contenidos permiten identificar el grado de emociones, culturalidad y contenidos que tiene una producción.

Variable: Realidad visual.

Dimensión: Manipulación en la producción de elementos visuales.

Indicador: Fenómenos musicales.

Técnica de investigación: Situación ideal.

Tabla 9 ¿Los géneros urbanos son predominantes en esta época?

¿Los géneros urbanos son predominantes en esta época?	
SI	85
NO	41
TOTAL	126

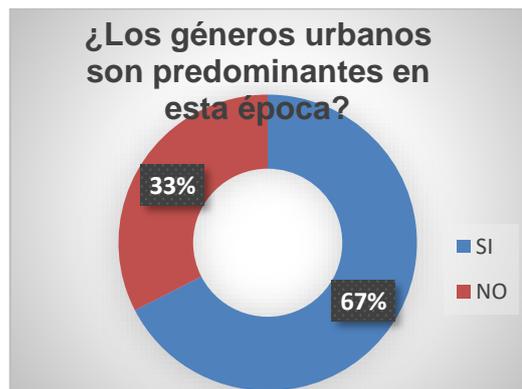


Gráfico 7 ¿Los géneros urbanos son predominantes en esta época?

El 67% del público reconoce que el reggaetón se posesionó de manera amplia en todos los sectores, que toma fuerza en este auge de géneros urbanos muy bien combinados con otros clásicos. Pero dinamiza su textura y resulta lógica su valoración pues quieren ver nuevos diseños de música desde otra perspectiva del reggaetón.

Tabla 10 ¿La música latina tiene un carácter propio?

¿La música latina tiene un carácter propio?	
SI	84
NO	42
TOTAL	126

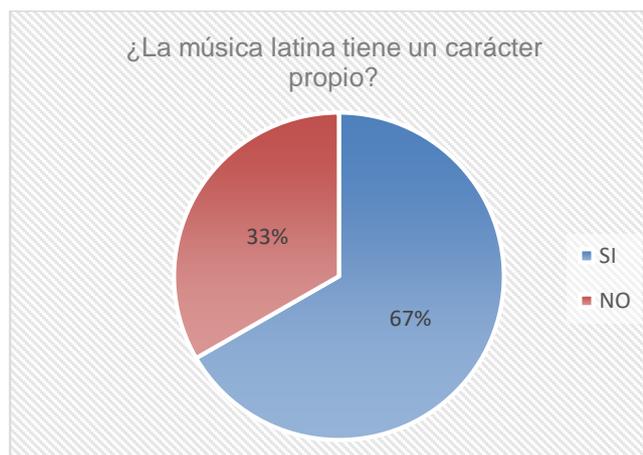


Gráfico 8 ¿La música latina tiene un carácter propio?

Esta respuesta de mayorías determina que, a pesar de los principios de la música desde otros continentes, para los pueblos esta música demuestra tener un sentido característico que se vuelve propio cuando se habla de América.

Variable: Realidad visual.

Dimensión: Calidad artística de los videos musicales.

Indicador: Contorno estético.

Técnica de investigación: Entrevista semi estandarizada.

Tabla 11 ¿Qué le agrada de la escenografía de un video?

¿Qué le agrada de la escenografía de un video?	
Colores	30
Elementos culturales	35
Lugares desconocidos	31
Grandes ciudades	30
TOTAL	126

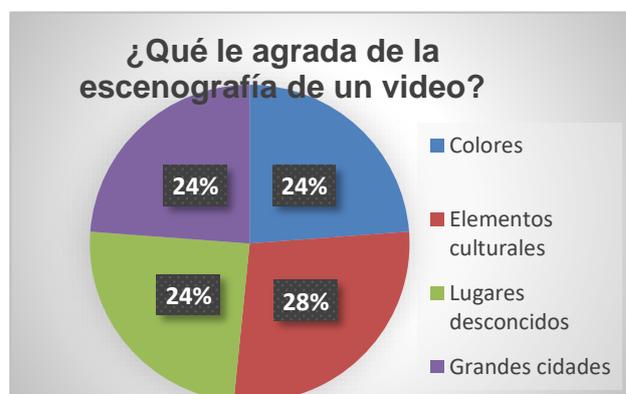


Gráfico 9 ¿Qué le agrada de la escenografía de un video?

El color en la composición visual tiene sentido al jugar con las emociones del espectador pues motiva a mantenerlo entretenido con las sensaciones que trasmite, saberlos combinar también permite descubrir la intensidad de los sonidos que se complementan para llamar la atención.

Dimensión: Calidad artística de los videos musicales.

Indicador: Consumo cultural.

Técnica de investigación: Situación ideal.

Tabla 12 ¿Le gustaría tener una aplicación móvil con videos musicales nacionales de tipo cultural?

¿Le gustaría tener una aplicación móvil con videos musicales nacionales de tipo cultural?	
SÍ	101
NO	25
TOTAL	126

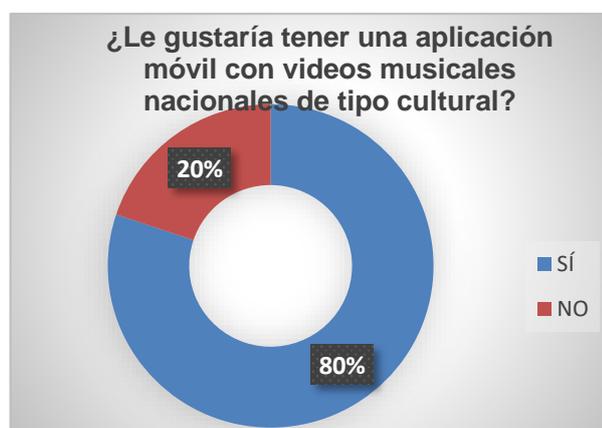


Gráfico 10 ¿Le gustaría tener una aplicación móvil con videos musicales nacionales de tipo cultural?

No existe una gran distancia entre ambas respuestas pero es notable que muchos desearían la neutralidad de la música que ven como característica del país, pero un porcentaje a aún mayor le agradecería escuchar canciones nacionales de tipo cultural.

Variable: Realidad visual.
 Dimensión: Calidad artística de los videos musicales.
 Indicador: Consumo cultural.
 Técnica de investigación: Test gráfico proyectivo.



Figura 1 Captura del video “Bailando”. Enero 22 del 2015

Tabla 13 ¿Qué le representa la imagen?

¿Qué le representa la imagen?	
FELICIDAD	16
CULTURA	23
DANZA	15
DUELO DE RITMOS Y CULTURAS	68
SENSUALIDAD	4
TOTAL	126

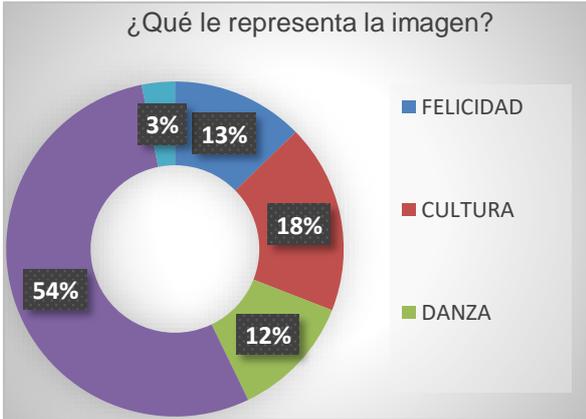


Gráfico 11 ¿Qué le representa la imagen?

La fiel realidad de dos culturas en el baile el flamenco con más antigüedad y el pop que es una tendencia muy bien fusionada son la antes mencionada presentan un duelo de ritmos, colores, formas, movimientos, pero funcionan bajo una misma letra, los polos demuestran el equilibrio y neutralidad de la cultura desde estos ángulos. Esta tipología identifica dos razas distintas pero conglomeradas para realizar una acción que maraca la historia el baile dirigido por la música que identifica una razón o un sentir.

Variable: Realidad visual.

Dimensión: Calidad artística de los videos musicales.

Indicador: Representación del movimiento corporal.

Técnica de investigación: Situación ideal.

Tabla 14 ¿La página de Youtube, a diferencia de otras páginas, es la que usted más utiliza?

¿La página de Youtube, a diferencia de otras páginas, es la que usted más utiliza?	
SÍ	10 0
NO	26
TOTAL	12 6

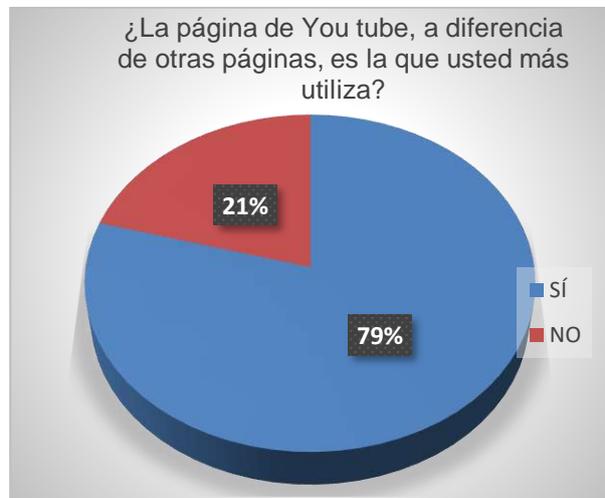


Gráfico 12 ¿La página de Youtube, a diferencia de otras páginas, es la que usted más utiliza?

El 79% del público dice que el fenómeno de Youtube esclarece que la página no tiene competencia que ha trabajado a buen ritmo y que beneficia a los prosumidores pero la más beneficiada es esta plataforma virtual que en ocasiones se vuelve invencible ante la televisión.

Discusión de Resultados.

Mediante estas técnicas de investigación utilizadas se deja establecida la comprobación de la hipótesis, dado que los resultados que arroja esta investigación así lo demuestran.

En este informe se detalla que el 60% del público abordado se considera de clase media y a un 87% le agrada música urbana fusionada con ritmos autóctonos.

Para el 79% de los alumnos la página YouTube es su primera opción al momento de visitar un video.

Este público visualiza de un video musical con características urbano-culturales transmiten emociones y provocan una serie de efectos en su recepción; ellos dan mucha importancia al ambiente en donde se encuentren, la armonía de los ritmos, letras y los factores visuales que permiten una total persuasión. Para ello los videos estudiados cuentan con escenografías que llaman la atención de las personas y crean un sentido de originalidad.

Una gran mayoría, hablando del 78%, estima inadecuado que los videos proyecten estereotipos de sexo, condición económica o social. Desde sus perspectivas, la nueva propuesta de las producciones musicales debe utilizar recursos que identifiquen aspectos culturales de varios países, y de esta forma se convierten en una oferta atractiva para consumir géneros urbanos que despiertan desde la versatilidad y el buen gusto.

Para dar por comprobado este estudio se manifiesta a través del abordaje de preguntas que un alto porcentaje de alumnos, imitan las acciones de los artistas, y un 81% generan nuevas formas de comunicación con el lenguaje adoptado de las canciones. A otro 80% de los estudiantes le resulta interesante la inserción de una plataforma móvil que reproduzca videos nacionales de tipo cultural. En ese sentido todos los efectos que puede producir un video, animan a un público a seguir consumiendo la producción visual y a provocar nuevos rasgos de actitudes frente a las nuevas formas de comunicación y relación que tienen las sociedades en los nuevos tiempos.

DISEÑO DE PROPUESTA.

Es importante que se inserte en el medio una aplicación para teléfonos móviles con sistema IOS y Android que contenga videos musicales nacionales de tipo cultural, por el sentido que brinda a los fenómenos artísticos, formulando enlaces con las nuevas tecnologías porque permite a los nativos digitales formar innovaciones de la identidad propia través de la música, como un instrumento digital que se introduce en las sociedades.

Objetivo general.

Diseñar una aplicación digital móvil de uso cultural que albergue todas las composiciones artísticas musicales nacionales para el fortalecimiento del acervo cultural de la sociedad actual en y producir un mayor impacto con videos musicales nacionales en Latinoamérica.

Objetivos específicos.

1. Fortalecer las concepciones de semiótica de la imagen y la música por medio de la formación integral de los estudiantes de comunicación.
2. Diseñar una mecánica que incentive a los artistas musicales del país a crear nuevos productos visuales con escenarios de importancia cultural del continente.

Planeación estratégica de la Propuesta

Tabla 15 Planeación estratégica de la Propuesta

Áreas a desarrollar	Macro actividades	Micro actividades	Responsables	Inicio Conclusión
Comunicación social.	Desarrollo del plan.	Definición de áreas a trabajar.	Comunicador social: Cinthya Párraga.	Octubre del 2016.
Redes sociales.	Definición de roles.	Selección de videos.		
Ingeniería en sistemas.	Pre producción de la aplicación.	Estructuración de plataforma, diseños y contenidos musicales	Community manager: Ing. Vicky Chóez.	
	Producción de la aplicación.			
	Lanzamiento de la aplicación musical.	Socialización de la herramienta musical a través de redes sociales.	Ing. Ing. Steven Aldaz.	Diciembre del 2016.

Esta socialización se llevará a cabo mediante tres etapas y tiene como fin generar una base de datos con videos musicales de tipo cultural compuestos por artistas ecuatorianos.

ETAPA I

REUNIÓN CON REPRESENTANTES MUSICALES Y DE CULTURA.

Presentación de los resultados de este estudio de investigación y demás avances investigativos relacionados, que se hayan realizado en el país. En base a las expectativas obtenidas se realizará el lanzamiento de la propuesta, que consiste en el diseño de una aplicación móvil con contenidos musicales nacionales.

Estas presentaciones serán dirigidas a productores musicales, compositores, artistas nacionales y delegados del ministerio de Cultura y la Superintendencia de Comunicación, con el fin de acordar un convenio que promueva la difusión cultural, basado en este proyecto de investigación.

Lugar: Auditorio de la facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil. Fecha: 2 de septiembre del 2016

ETAPA II

ELABORACIÓN DE BASE DE DATOS.

Esta etapa se concentra en la inscripción de artistas nacionales que deseen difundir sus videos y en la recepción de las canciones una vez revisadas.

ETAPA III

LANZAMIENTO DE LA BASE DE DATOS

Finalmente se realizará un evento artístico masivo con la participación de referentes musicales del país para el lanzamiento de la aplicación móvil.

Fecha: Domingo 16 de Octubre del 2016

Lugar: Parque Samanes

Conclusiones.

1. Una de las teorías que más se destacan para la estructuración del marco teórico es *un modelo de comunicación para comprender la complejidad de las comunicaciones digitales* realizado por Octavio Islas quien destaca que la democratización sin duda alguna es el resultado de las acciones comunicativas emprendidas por comprometidos prosumidores.
2. Otra teoría que resulta de mucha importancia es la de Umberto Eco, titulado *Los límites de la interpretación*, en donde se aprecia que las interpretaciones controlan la conjetura, mientras que en la teoría científica la falsación parece de resultar de enunciados observacionales.
3. La epistemología para este estudio resulta ser la hermenéutica porque trata de explicar adecuadamente las relaciones de los hechos desde el contexto en que se las analice.
4. En esta estructuración se escogen las siguientes técnicas de estudio: Test gráfico proyectivo, entrevista semi-estandarizada, Escala de Thurstone y escala de Likert, para dejar por afirmado que la investigación sea más confiable. No obstante, se deja en establecido que este estudio está formulado mediante ocho técnicas de investigación.
5. Entre esta combinación de culturas aparecen dos ponentes en acción: la comunicación y la sociedad, mismos que son vínculo y consumo respectivamente atraídos por un marketing con sus mejores recursos para la captación del ser humano.
6. La trasmisión de un sonido no tiene sentido hasta que no se la acompañe con efectos visuales, por ello la importancia de un video musical, que cuando es visto por primera vez, causa las sensaciones propias de la expectativa visual y armónica.
7. Esta audiencia paga con un "Me gusta" o con un "Seguimiento", los mismos que verifican las estadísticas como muestra de millones de personas que permiten al video tomar un lugar preponderante en la nueva era de las tecnologías.
8. Hay que tomar en cuenta que un video musical expone escenarios de todo tipo, con miras a causar nuevos conceptos en la audiencia. De este modo, la comunicación desde las nuevas tecnologías, puede ser un precedente que se encuentra atentando contra las culturas.

Recomendaciones.

- Es recomendable usar estudios de *semiología en mensajes visuales* de Umberto Eco para este tipo de investigación.
- La epistemología adecuada para trabajar este tipo de investigación es la hermenéutica, permite ejecutar el análisis de los métodos universales del fenómeno interpretativo.
- Se estima que en un trabajo de investigación próximo relacionado se muestren análisis de resultados según el género musical con el que se identifica el abordado o abordada.
- Es importante realizar este trabajo en las aulas de los estudiantes para que exista una comodidad al momento de proyectar los videos.
- El aporte que podrá dar esta investigación es la proyección del proceso comunicacional que se vive desde el ángulo cultural por medio de redes sociales.
- Se proponen los resultados de esta investigación para artículos científicos, tarea que ofrece la autora y tutor del proyecto.
- Se recomienda la ejecución de la propuesta que consiste en la elaboración de una aplicación móvil con contenidos musicales de música nacional.

Bibliografía

1. Area, Manuel; Teresa Pessoa (2012). *De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0*. La Laguna España. Revista Científica de Educomunicación. Edición 38
2. Bañuelos, Jacob (2009). *Youtube como plataforma de la sociedad de espectáculo*. México D.F: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
3. Eco, Umberto (2009). *Semiología de los mensajes visuales*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
4. Gértrudix Felipe; Gértrudix Manuel (2014). *Herramientas y recursos para la creación y consumo musical en la web 2.0. aplicaciones y potencialidades educativas*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
5. Islas, Mauricio (2011). *La sociedad en la ubicuidad, los prosumidores y un modelo de comunicación para comprender la complejidad de las comunicaciones digitales*. Edición 27. México D.F: Revista ALATIC.

018. ASPECTOS DESTACADOS EN LA IMAGEN DE LA MARCA PAÍS, COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR: IDENTIFICACIÓN Y PERCEPCIÓN DE LOS GUAYAQUILEÑOS.

Autor:

Lic. Kerlly Yance Jácome

Docente Facultad de Marketing y Comunicación Universidad Tecnológica ECOTEC

Kyance@ecotec.edu.ec

Guayaquil – Ecuador

Resumen

La implementación de marca país aplicada a los países del mundo se han utilizado durante los últimos 20 años, buscando dar a cada uno un lugar en el exterior, es por esto que la construcción de una marca país para los gobiernos fue considerarla como un elemento estratégico y conservador de una reputación estable ante el resto de países o mercados internacionales; además para mantener a los ciudadanos satisfechos con su tierra. Una marca país ofrece rápida identificación mundial destacando sus ventajas competitivas, actúa como sombrilla potenciadora de la oferta turística y comercial incrementando el tráfico de negocios y facilitando la venta de productos, servicios; lo cual contribuye en la apertura de mercados contra la competencia internacional; sin embargo La falta de información e identificación de la marca país Ecuador con sus ciudadanos ha hecho que muchos desconozcan su existencia o la confundan como una marca de algún partido político o como la imagen del gobierno actual. La realidad es que la marca fue creada para fomentar el orgullo nacional por nuestra cultura, nuestras raíces, dejando a un lado la creencia de que lo que hay en otros países es mejor que lo nuestro, de que conozca más sobre la marca país, entienda su significado, la recuerde y se identifique con ella ya que sólo de esta manera siendo una nación unida se podrá resaltar una visión positiva de nuestro país en el exterior.

Palabras clave: Marca país, percepción, identificación, imagen

Abstract

Implementing country marking applied to the countries of the world have used for the past 20 years, seeking to give everyone a place on the outside, it is why the construction of a country brand for governments was considered as a strategic element and curator of a stable reputation with other countries or international markets; in addition to keeping citizens satisfied with their land. A country brand

provides rapid global identification highlighting their competitive advantages, acts as umbrella enhancing the tourist and commercial supply business traffic increasing and facilitating the sale of products, services; which contributes to the opening of markets against international competition; However, the lack of information and brand identification with their country Ecuador has made many citizens unaware of its existence or confused as a mark of a political party or as the image of the current government. The reality is that the brand was created to foster national pride for our culture, our roots, leaving aside the belief that what is in other countries is better than ours, who knows more about the country brand, understand its meaning, remember and identify with it as only in this way being a united nation can highlight a positive view of our country abroad.

Keywords Brand country , perception , identification, image

1. INTRODUCCIÓN

La finalidad de la creación de una marca país se enfoca en establecer y consolidar un instrumento comunicacional que contribuya a generar una imagen y percepción hacia el exterior, estableciendo aspectos importantes y positivos de la misma generando de esta manera comportamientos sociales logrando un adecuado top of mind y un beneficioso lugar en los mercados internacionales.

Como lo señala Alvarez, “Una estrategia de Marca País permite a los países proveer una plataforma común desde la cual podrán emprender de manera articulada iniciativas públicas y privadas que consolidan su potencial en los mercados internacionales, fortaleciendo su posicionamiento en el contexto global. Por lo tanto, la capacidad de un país de aprovechar las oportunidades y ventajas de libre comercio, no solo depende de sus transformaciones internas, sino de su reconocimiento internacional”. (Alvarez, 2009).

A pesar de los beneficios que se pueden obtener con la marca país tales como inversión, turismo, calidad de vida, desarrollo social y económico; en la actualidad es un tema muy poco conocido a nivel mundial y más aún si nos referimos a la población ecuatoriana, específicamente a los guayaquileños, quienes al preguntarles al respecto muchos mencionaron que no tenían conocimiento de que se trataba.

El objetivo principal del presente artículo radica en identificar el grado de conocimiento y percepción que tienen los guayaquileños sobre la imagen y marca país del Ecuador ya que existe desconocimiento de la misma; por tanto es necesario darles a conocer en qué consiste y los beneficios que proporciona a la nación.

Para la realización de esta investigación se contempla aplicar el método cuantitativo a través de la aplicación de encuestas, mismas que reflejarán un resultado numérico y una comprensión más clara y gráfica sobre los diversos criterios, percepciones y opiniones de los guayaquileños sobre la marca país, Ecuador ama la vida.

2. MARCA PAIS

En la actualidad la marca país es una herramienta fundamental en el mundo entero, ya que su propósito es potenciar el desarrollo económico, político social y cultural de una nación, estableciendo una imagen positiva en el exterior. En su aplicación combina tres elementos fundamentales: identidad, posicionamiento e imagen. La identidad describe los atributos que tiene un país (montañas, playas, cultura, entre otros) que lo hace atractivo para turistas o inversionistas.

El posicionamiento de un país está determinado no sólo por estrategias de comunicación del país emisor, sino por la experiencia que tienen sus visitantes, afectando directamente su percepción. Es en este punto donde se origina el concepto de imagen país.

Para Lubowiecki-Vikuk, la imagen país tiene como finalidad reducir la brecha entre la percepción y la realidad, puesto que es en esta variable donde las iniciativas de marca país deben sustentarse en la realidad del lugar y no sólo en la comunicación de la imagen país hacia mercados externos. (Lubowiecki-Vikuk & Basińska-Zych, 2011).

En ese sentido una marca país es la representación de toda una nación, es la marca más importante que está por encima de las demás marcas dentro del país: por lo que su elaboración no solo requiere de la implementación de un logotipo, eslogan y actividades de comunicación, sino que su elaboración debe contar con estrategias sistemáticamente planificadas, la elección de su diseño, colores y tipografías deben ser las adecuadas a fin de no caer en el fracaso, además se debe causar un gran impacto a nivel internacional a largo plazo, esto evitará que una marca sea efímera, es decir evitar ser reemplazada por otra nueva por el simple hecho de haber elegido el diseño incorrecto.

La finalidad de la creación de una marca país se enfoca en el establecimiento de un instrumento comunicacional que contribuya a generar una imagen y percepción positiva hacia el exterior y que logre influir en la formación de la opinión pública internacional sobre un país determinado (Iglesias; Molina, 2008).

Según Velilla el concepto de marca ha evolucionado rápidamente en los últimos cincuenta años. Inicialmente la marca era considerada como un símbolo que identificaba un producto. La marca se concebía como un nombre, una promesa, un logo o un empaque (Arnold, 1993).

En años recientes, el concepto incluye el desarrollo creativo de la construcción de una identidad muy diferente a una representación gráfica (Landa, 2006; Costa, 2010)

En función de lo anteriormente expuesto, cabe indicar que la marca no solo se ha convertido en una herramienta fundamental para las grandes empresas, sino que además es una herramienta esencial para los países, regiones y ciudades al momento de querer potenciar y mejorar las oportunidades comerciales, de atraer el turismo, la inversión, las exportaciones y un desarrollo sostenible.

Es evidente que las Marcas País tienen mayor valoración y capacidad de respuesta en el segmento Turístico por esta razón según estudios efectuados por la OMT (Organización Mundial del Turismo) señalan que los ingresos por Turismo ha venido ascendiendo con más notoriedad en países cuyas marcas se difundieron oportunamente.

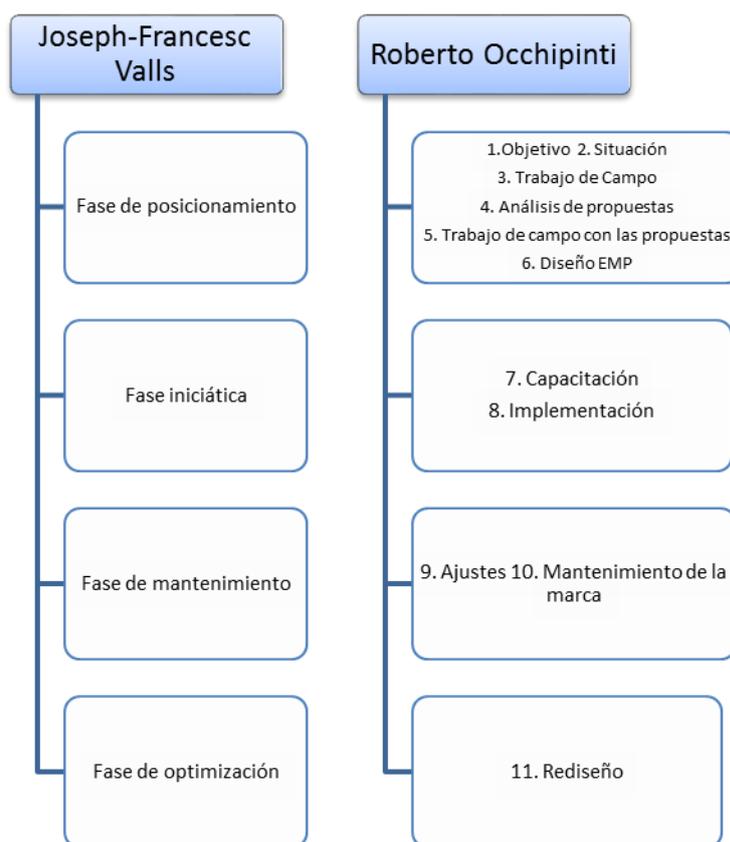
2.1. Origen y evolución de la marca país

El argentino Roberto Occhipinti es el creador de este concepto, quien en su libro *Conciencia Exportadora* de 1989 habla por primera vez sobre marca país, para luego ampliarlo en su libro, editado en 2003, llamado *Marca País*.

Occhipinti disocia la idea de marca país, diciendo que la imagen “no tiene la misma fuerza ni significado que la marca”. La marca se trabaja buscando crear una imagen en los receptores de los mensajes, en base a los valores establecidos en la estrategia; así como también deja en claro que la Marca País no crea la identidad nacional y que, a lo sumo, puede contribuir a difundirla y consolidarla.

Por otra parte, Valls comenta que para la correcta elaboración de la Imagen de la Marca País se debe identificar oportunamente la fase en la que se encuentra, y define cuatro etapas en la elaboración de la MP.

Gráfico 1: Fases en la creación de la Imagen de la Marca País



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo al gráfico No. 1 los autores utilizan diferentes enfoques para determinar los pasos a seguir en la creación de la imagen de la Marca País. Por una parte Occhipinti, detalla procesos más profundos dentro de la creación de la marca como plantear objetivos, obtención de información o trabajo de campo en las asociaciones o universidades y los constantes análisis de las propuestas para el realizar rediseños en la imagen de la marca.

Futurebrand es una empresa líder responsable del ranking de marcas país a nivel mundial, tiene como propósito medir la reputación e imagen de las naciones del mundo, basándose en evaluaciones anuales que realiza el Country Brand Index mediante la combinación de cinco aspectos: Turismo, Patrimonio y Cultura, Aptitud para Negocios, Sistema de Valores y Calidad de Vida, cada una de ellas cuenta con sus propios atributos, los mismos que resumen varios puntos a considerar al momento de establecer un porcentaje de éxito de cada marca país y su posición final en el ranking.

2.2. Identificación e Imagen de un país

Por años, en Ecuador se ha filosofado acerca de la necesidad de tener una marca de competencia del Ministerio de Turismo cuyo objetivo era atraer turistas, competencia que le correspondía a la extinta Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), actual Proecuador cuyo objetivo era dar competitividad a las exportaciones.

Ya en el año 2001 con el auge de la marca país en Latinoamérica aparece la primera imagen de marca país en el Ecuador, a cargo de la Ministra de Turismo en ese entonces Rocío Vásquez quien fue la pionera en crear ésta con el fin de identificar a los productos exportables tales como: banano, flores, cacao, camarón, etc., dentro de los mercados internacionales y al Ecuador como destino turístico.

Imagen 1: Marca País 2001



Fuente: http://www.ecuador.us/news/archives/marca_turistica/

En la imagen No 1 se puede observar cómo se plasmó las cuatro regiones del Ecuador para ese año lo importante era reflejar los aspectos significativos de los mismos la cual contiene:

- ❖ El sol, andino, multicolor, omnipresente, símbolo relevante del pasado precolombino y del presente. Así como también representa a la posición geográfica ecuatorial del país ubicado en el centro del mundo.
- ❖ La iguana que representa a las majestuosas Islas Galápagos conocidas como una de las Siete Maravillas del Mundo. (color azul)
- ❖ Las flores exóticas hablan de la Costa, rica y que ha significado los pilares económicos para nuestro país con sus productos como el café y el banano que son reconocidos a nivel mundial. (color amarillo)
- ❖ La montaña simboliza a los Andes, zona llena de tradiciones, cultura,

Además no nos podemos olvidar de sus imponentes nevados que han llamado la atención de turistas de todo el mundo. (color morado)

- ❖ El Colibrí representa a la gran diversidad de fauna que le hace cada vez más interesante de explorar un mundo desconocido como lo es la Amazonía. (color verde)
- ❖ La cúpula es parte de la arquitectura colonial de la que somos parte, y la que ha hecho merecedora del reconocimiento internacional llamando a dos de sus ciudades Patrimonio Cultural de la Humanidad.
- ❖ Los peces encarnan la diversidad de fauna marina que existen en nuestras aguas.
- ❖ Las hojas que personifican a la mega diversidad de flora que tenemos alrededor de nuestro hermoso país.

En el año 2010 Freddy Ehlers, el entonces Ministro de Turismo propone cambiar la imagen de la marca turística con proyección a nivel nacional e internacional teniendo como objetivo transmitir las sensaciones para vender el destino Ecuador y sus cuatro mundos.

“Está basado en el sol, en la vida, en la tierra, la megadiversidad, en los diseños precolombinos, los tejidos, las flores, la fauna, entre otros. En esta marca están todos los colores que el ojo humano puede percibir. Creo que es algo muy completo, es el resumen del mundo entero en este pequeñísimo país. Ese es el nuevo símbolo que vamos a exhibirlo en el mundo entero, en nuestro país primero”, el asegura que Ecuador es el gran destino turístico de América Latina e internacional. (Freddy Ehlers 2010).

El diseño está creado con un modelo matemático, consta de siete círculos y siete espirales, ciento cuarenta cuadros que representan la mega diversidad de la flora y la fauna ecuatoriana, además de variedad de colores que rescatan los matices de las artesanías del país.

Imagen 2: Marca País 2010



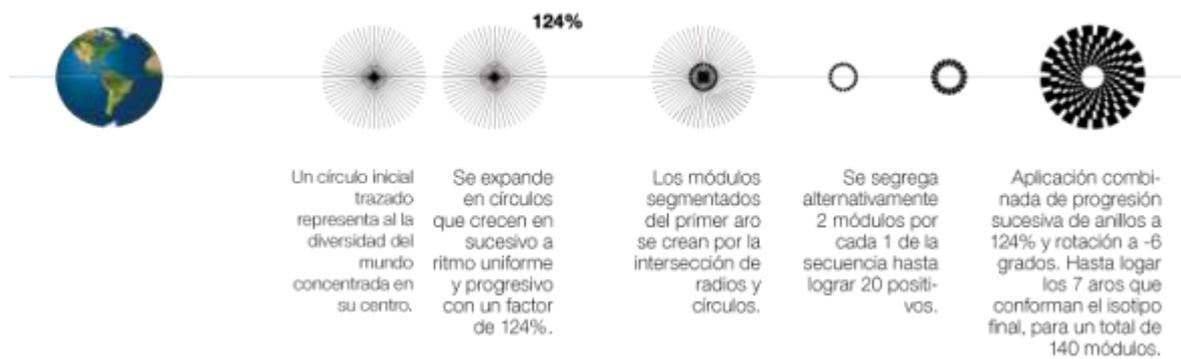
Fuente: <http://ecuatoramalavida.com.ec/index.php/es/>

El Ex Ministro Freddy Ehlers expresó: “Ama la Vida es mucho más que un eslogan, es una exhortación al mundo y una invitación para que todos y todas lo hagamos. Les estamos invitando a que vengan a vivir Ecuador y que con su experiencia propia comprendan por qué lo amamos tanto”.

2.3. COMPONENTES DE LA IMAGEN MARCA PAÍS

Imagen: El Diseño Se partió desde el concepto de que Ecuador como país equinoccial, ubicado en el centro del mundo desde donde todo irradia hacia el infinito. El equinoccio es el eje base, que gira a 6 grados.

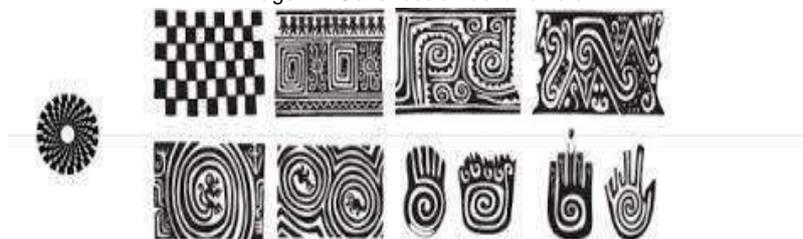
Imagen 3: Progresión combinada que da origen a la marca.



Fuente: <http://www.designals.net/2012/09/marca-pais-ecuador/>

Textura: El logotipo basado en la construcción de micro rectas genera movimiento, dinamismo y curvas sinuosas utilizando el criterio radial heredado por nuestros antepasados.

Imagen 4: Construcción de la textura



Fuente: <http://www.designals.net/2012/09/marca-pais-ecuador/>

Cromática: Veinte son los tonos de la paleta cromática representando lo colorido de las regiones de nuestro país, su gente, paisajes, etnias, artesanías, gastronomías y expresiones culturales de todo tipo.

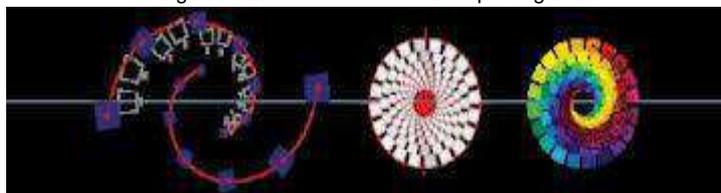
Imagen 5: Identificación de colores por regiones



Fuente: <http://www.designals.net/2012/09/marca-pais-ecuador/>

Las gamas de amarillos, lila, verdes, rojos y azules, se suceden una detrás de otra que se disponen dentro de los 7 círculos

Imagen 6: Identificación de colores por regiones



Fuente: <http://www.designals.net/2012/09/marca-pais-ecuador/>

Desde el año 2010, Ecuador tiene una nueva marca país. De acuerdo a las palabras del Presidente de la República “No será solo una marca turística sino la marca país esperamos que sea identificada en cada rincón del planeta como sinónimo de vida y amor” (Andes, 16 de octubre de 2010).

Sin embargo, existe una característica común entre la actual y las anteriores marcas país ecuatorianas. Fueron ideadas, pensadas, construidas, dibujadas, lanzadas sin que, en todas las fases de este proceso se haya dado una constante y amplia participación de los portadores de interés (stakeholders en inglés) son todos aquellos quienes pueden afectar o ser afectados de ciertas decisiones. Ninguna de las dos, ha sido capaz de fomentar nuestro orgullo nacional y ninguna fue adoptada por los ecuatorianos como manifestación gráfica de nuestra identidad y cultura a pesar de los esfuerzos realizados por parte del gobierno por lograr que la población se sienta identificada con su marca.

2.4. Creación de valor y ventaja competitiva entre países.

Anholt, uno de los más atentos estudiosos del tema describe la marca país como la identidad competitiva de un lugar (Handbook on Tourism Destination Branding, 2009).

La definición de Anholt elimina de inmediato la dicotomía entre marca país y marca turística del país que a menudo ha mermado los esfuerzos de Ecuador de crear una marca país relevante y que cumpla por lo menos tres funciones: cultivar el orgullo nacional, dar mayor competitividad a las exportaciones e incrementar el número de turistas extranjeros.

Martínez, 2007). la marca atribuye un nuevo peso simbólico a los productos, una especie de valor diferenciador (Semprini, 1992, pp. 32-33), el deber de la marca no solo es la de identificar el bien o servicio, sino también agregar valor al mismo proyectando la ideología de la empresa.

Reforzando la teoría de Martínez, la marca no es solo identificar un producto o un servicio sino que además es la principal tarea de una marca país es resaltar las características más atractivas de una nación tales como imagen y reputación de un país orientadas a las expectativas de un público determinado, pero para poder lograr una ventaja competitiva los países deben formular estrategias sólidas a fin de cumplir con las metas planteadas.

La marca país definida por Norberto Chaves es: “El signo identificador marcario gráfico creado (normalmente por los gobiernos nacionales) con el fin de marcar los bienes patrimoniales de cualquier género asociados al perfil estratégico del país” Es decir, es un signo que marca el patrimonio cultural y natural, los productos y servicios y las actividades económicas distintivas del país. (Chaves, 2011, p. 30).

A diferencia de una marca global, una marca nacional es originada por un país y su uso posiblemente tiene poca fuerza dentro del mismo país a diferencia de una marca global que seguramente es reconocida en el mercado mundial.

El hecho de que nuestro país sea exportador de banano y cacao, camarón entre otros, además de contar con una diversidad de etnias, flora, fauna y hermosos paisajes, el Ecuador se hace merecedor de una serie de valores positivos y de ventaja diferenciadora.

La fabricación de productos de países de origen es una ventaja competitiva siempre y cuando las valoraciones sean positivas por parte del público ya que ésta podría convertirse también en una desventaja debido a malas experiencias personales, información adquirida a través de los medios o creencias estereotipadas sobre ciertos países en especial los de Latinoamérica.

La marca país tiene una función identificadora pues, según Chaves, materializa una síntesis marcaria del país, es decir, concretiza todos los atributos abstractos encontrados en diversos ámbitos nacionales. Además, “se inscribe en el paradigma de los sellos de calidad, las garantías de origen y certificaciones de autenticidad” (Chaves, 2011, p. 33).

Algunos consideran que la marca no les agrega valor. Otros ignoran que la marca existe. El dueño de la marca, por lo tanto, si bien controla su uso, no controla el no uso de la marca.

2.5. Inclusión de la sociedad dentro de la identidad de un país.

El tema de marca país, no es suficiente a través de la publicidad gubernamental gritar al mundo qué lindo es Ecuador. El Gobierno hace un trabajo loable con respecto a eso. Pero no todos los portadores de interés gritan la belleza de Ecuador usando la marca país en sus interacciones con los potenciales clientes en el exterior (sean ellos potenciales turistas, inversionistas extranjeros o importadores de productos ecuatorianos).

Como resalta Amaia Urrutia, la creación de marca tiene como objetivo vender, intentando identificar la propuesta en un contexto competitivo, y persuadir que es la mejor alternativa. Es un intangible y activo fundamental que defiende los intereses de un Estado en sus relaciones económicas que están caracterizadas por una gran competitividad. (Urrutia, 2007).

Para Echeverry & Rosker resaltan además otros objetivos:

- Generar una sola identidad que integre todas las actividades productivas del país.
- Promocionar y posicionar una identidad clara, definida y unificada. Evitar los regionalismos.
- Proyectar la imagen de un país productivo y exportador en el ámbito internacional.
- Centrar los esfuerzos en un solo concepto el de comunicación de un país ante los públicos nacionales e internacionales.
- Crear una cultura de valor nacional entre sus ciudadanos alrededor de elementos de identidad común altamente reconocidos. (Echeverry & Rosker 2010)

Muchos países en el mundo han realizado fuertes inversiones para que su imagen país pueda sobresalir y jugar un rol importante al momento de concretar negocios

internacionales; pero no siendo suficiente, debe existir un compromiso real por parte de la nación para la correcta utilización de esta herramienta denominada marca país.

A pesar de que el país ha invertido fuertes cantidades de dinero en su promoción; y a pesar de que la marca país ha recibido premios en el extranjero por el diseño de sus stands y por su video promocional que se ha destacado en diversas ferias realizadas fuera del país; La falta de información e identificación de la marca país Ecuador con sus ciudadanos, es una percepción general que tienen los ciudadanos y extranjeros que visitan Guayaquil. Muchos desconocen su existencia o la confunden como una marca de algún partido político ó simplemente piensan que es solo la imagen del gobierno actual.

La realidad es que la marca fue creada para fomentar el orgullo nacional por nuestra cultura, nuestras raíces, dejando a un lado la creencia de que lo que hay en otros países es mejor que lo nuestro, de que conozca más sobre la marca país, entienda su significado, la recuerde y se identifique con ella ya que sólo de esta manera siendo una nación unida se podrá resaltar una visión positiva de nuestro país en el exterior

3. METODOLOGÍA APLICADA

Para cumplir con los objetivos propuestos se realizó una investigación descriptiva, brindando información importante sobre la percepción que tienen los Guayaquileños de la marca país.

3.1. Instrumento de monitoreo

Para la realización de esta investigación se utilizó el método cuantitativo que mediante la aplicación de las encuestas reflejó un resultado numérico y una comprensión más clara y gráfica de la información obtenida.

Para calcular el tamaño muestral de los encuestados se aplicó la fórmula muestras finitas (Bernal , 2010).

Ilustración No.- 1 Muestra Población Finita

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

Aplicando la formula se determinó la realización de 400 encuestas, las cuales fueron procesadas por medio estadísticos y en función de los instrumentos y técnicas utilizadas en la investigación.

3.2. Reconocimiento de la imagen de la marca país

El 89% de los guayaquileños expresan haber visto esta imagen en su mayoría en propagadas publicitarias y televisión, seguido de ropa o vestimenta ecuatoriana, edificios estatales y vallas de identificación turística, este elevado grado de conocimiento se lo puede atribuir a los diferentes sitios en donde se encuentra la imagen de la marca país.

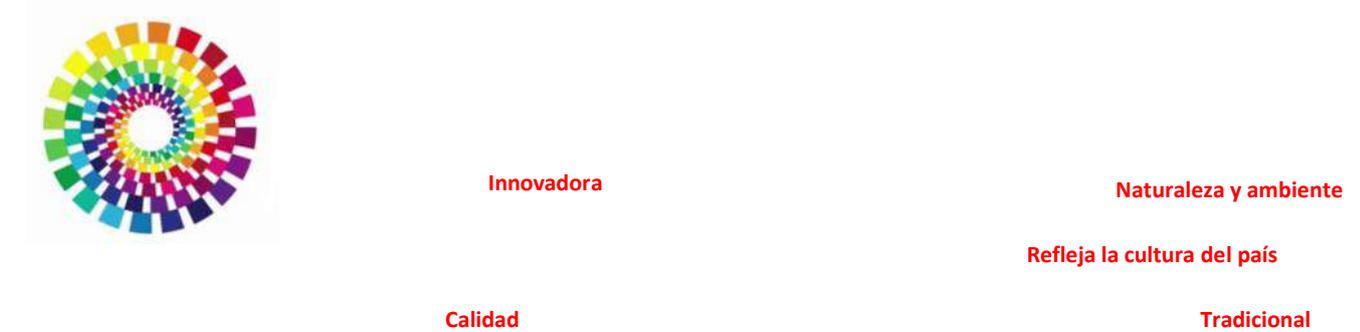
Esta imagen se la identifica en la mayoría de los guayaquileños (40%) como un logo o imagen de campaña política del actual gobierno Ecuatoriano, en segundo lugar se lo conoce como la marca país del Ecuador (32%), seguido de ser identificado como la marca turística y marcas de empresas ecuatorianos, la asociación que tienen algunos encuestados de la imagen con un partido político es alarmante ya que se distorsiona el objetivo principal de la creación de la marca.

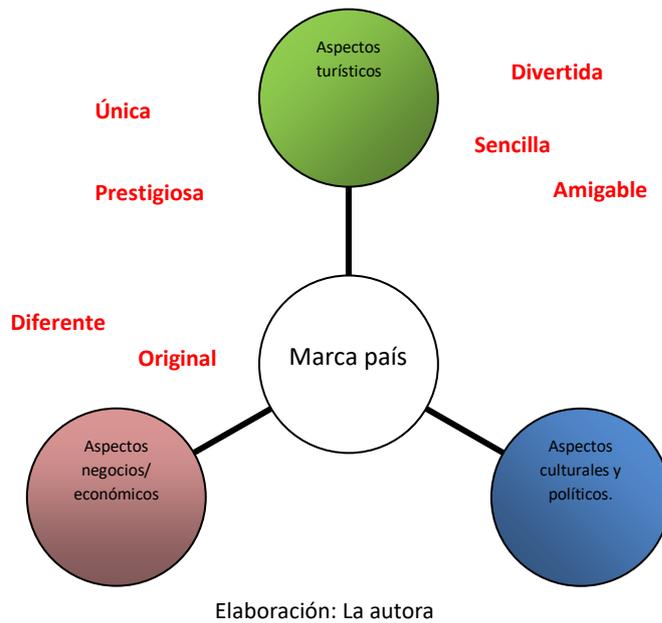
Cada país establece su identidad reflejada en su imagen de marca, al crearla todas las estrategias se centran en torno a ella y los diferentes actores económicos del país se incluyen en las mismas.

3.3. Aspectos evaluados para la obtención del valor de la marca.

Los encuestados evaluaron ciertos atributos que podemos concluir como fortalezas para los diferentes sectores estratégicos.

Imagen 7: Clasificación de los atributos evaluados.





Dentro de la investigación se detectó atributos correlacionados a cada sector concluyendo como fortalezas: calidad, originalidad, innovación, diferente, prestigioso para los sectores económicos; para el sector turístico se observó atributos como sencilla, divertida, amigable, naturaleza; para el sector cultural/ político, tradicional, refleja la cultura del país.

Identificando estos aspectos evaluados por la sociedad Guayaquileña, se pueden utilizar como una fortaleza para la obtención de un posicionamiento eficaz del país frente a otros, seguido de un proceso de comunicación eficiente que llegar a cumplir con las metas propuestas por los gobernantes.

Conclusiones:

- Por medio de la información obtenida en la investigación se puede observar la importancia de incluir a la sociedad en la elaboración de la marca país, desde la conceptualización, hasta el diseño y el rediseño de la marca.
- Los atributos positivos destacados por los Guayaquileños, pueden servir como elementos diferenciadores y creadores de valor para la Marca País, sobre todo cuando se necesite competir en otros mercados.
- Es importante realizar valoraciones periódicas, evaluando los objetivos alcanzados, el crecimiento del índice de marca país, el impacto en el país de origen, las percepciones entre otros puntos.
- La imagen de la marca país en la actualidad es reconocida como el logo de un partido político, actual gobierno, siendo esta percepción errónea para proyección que quieren enviar a la sociedad Ecuatoriana.

Bibliografía

- ✓ Alvarez, A. v. (2009). A competitrinteligencia competitiva. Boletín informativo de CNC.
- ✓ Arribas Urrutia, A. (2007). Marca País: Concepto multidimensional. Revista mexicana de comunicación
- ✓ Costa, J (2010) Creación diseño y gestión, Editorial Trillas, MéxicoEcheverri, L., & Eduardo, R. (s.f.). Gestión estratégica y posicionamiento de la marca país en America Katina.
- ✓ Echeverri Lina, R. M. (2009). Colombia una experiencia de marca país en Latinoamérica
- ✓ Ehlers, F. (2010) Ecuador ama la vida, Entrevista El Universo
- ✓ FutureBrand. (2011-2012). 2011-2012 Country Brand Index. América Economía.
- ✓ Iglesias; Molina, (2008) "La estrategia marca país en la sociedad informacional: los casos de españa y ecuador".
- ✓ Martínez, S. (2007) "Sistema de gestión comunicacional para la construcción de una marca ciudad omarca país". Revista Signo y Pensamiento (51): 80-97. Recuperado el 25 de julio de 2012.
- ✓ Ochipinti, R. (1989) Conciencia exportadora
- ✓ Urrutia, (2007). Investigación. Construcción de una identidad demarca

019. PROPUESTA PUBLICITARIA PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS DEL CENTRO DE ESTÉTICA “TOKES Y TRUKOS” UBICADO EN GUAYAQUIL.

Autores:

Lic. Christian Andrés Morla Montalvo

Licenciado en Comunicación con énfasis en Publicidad. (Ecuador). Gerente General del Centro de Estética “Tokes y Trucos”. Egresado de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Guayaquil

c_andres_morla@hotmail.com

MSc. Nadia Aurora González Rodríguez

Licenciada en Ciencias de la Educación. Máster en Ciencias de la Educación (Cuba). Docente y Delegada de Investigación de la Facultad de Comunicación y Marketing en la Universidad Tecnológica ECOTEC, Guayaquil

ngonzalez@ecotec.edu.ec

RESUMEN

En los últimos años muchos son los negocios privados que a nivel internacional han elevado sus ingresos por la influencia de la publicidad como un eslabón importante en el fortalecimiento de las ventas. Asimismo, el uso frecuente de las redes sociales como parte del avance tecnológico ha cambiado la manera de hacer negocios por la rapidez con que se produce la comunicación.

En el casco comercial de la ciudad de Guayaquil se ha incrementado considerablemente la utilización de herramientas tecnológicas como soporte indispensable en el manejo de la publicidad, por el potencial que tiene este medio cuando se utiliza adecuadamente, en beneficio de objetivos concretos asociados con la publicidad. En tal sentido, otros han sido más osados y cuentan con su propia Red Social debido a que la gran mayoría de las marcas tienen un perfil en este tipo de medio, por lo tanto, manejar una cuenta en estas redes es determinante para consolidar su presencia en el mercado. Debido a esto, la presente investigación tiene como finalidad proponer estrategias publicitarias para el incremento de las ventas en el centro de Estética “Tokes y Trucos” ubicado en Guayaquil, como una microempresa que pretende expandir sus servicios en otros lugares del sector.

Palabras Clave

Publicidad, ventas, redes sociales, herramientas tecnológicas, estrategias publicitarias

ABSTRACT

In recent years, many private businesses internationally have increased their income by the influence of advertising as an important step in strengthening sales link. Also, frequent use of social networks as part of technological progress has changed the way of doing business for the speed with which communication occurs.

In the commercial center of the city of Guayaquil has greatly increased the use of technological tools as an indispensable support in handling advertising, the potential of this medium when properly used for the benefit of specific objectives associated with advertising. In this regard, others have been more daring and have their own Social Network because the vast majority of brands have a profile in this kind of environment, so handle an account on these networks is crucial to consolidate its presence in the market. Therefore, this research aims to propose advertising strategies for increasing sales in the center of Aesthetics "Tokes and Trukos" located in Guayaquil, as a small business that aims to expand its services elsewhere in the sector.

Keywords

Advertising, sales, social networking, technological tools, advertising strategies

INTRODUCCIÓN

A nivel nacional se ha evidenciado el cambio y en este sentido, uno de los negocios que han aprovechado el uso de la tecnología para mejorar sus ventas son los centros de estética que, a diferencia de años atrás, donde las personas no tenían la necesidad de invertir en su apariencia física debido a diferentes aspectos sociales, en los momentos actuales ha cambiado este comportamiento a favor de estos centros, pues la manera en que las personas aprecian su apariencia personal incide en la realización profesional e influye extraordinariamente en el comportamiento de las personas.

Asimismo, esta preocupación por mejorar su apariencia física tiene relación con un factor social muy cercano al contexto de la región de Guayaquil, pues esta zona costera es esencialmente comercial y existe un elevado índice de negocios y relaciones comerciales con repercusión nacional e internacional, por lo que la acogida de los centros de estética en esta ciudad tiene un comportamiento diferentes en relación con otras regiones del país.

Por tal razón, la necesidad de inversión en centros de estética que propician la mejora de la imagen personal y autoestima de las personas es cada vez más evidente, pues los usuarios buscan diferenciarse de los demás para autenticar su imagen, ya que este aspecto puede ser una ventaja en el mundo competitivo actual. Por tal razón, la visita a estos centros de estética se convierte en una rutina

importante para los clientes, siendo este un mercado “target” al que se enfatiza la campaña comunicacional de la empresa, target tradicional que se refiere al grupo de personas que visitan los centros estéticos para arreglar su imagen, por un evento específico o como rutina de aseo personal.

El Centro de Estética “Tokes y Trukos” tiene como premisa proporcionar a sus clientes un servicio de calidad, ya que los trabajadores están condicionados para favorecer las relaciones interpersonales con sus clientes de una forma más personal, brindándoles un servicio de alta calidad con especialistas en esta área del desempeño, propiciando elevar cada día el nivel de satisfacción de su clientela. En cambio, otros centros de estética de Guayaquil no cumplen con este principio fundamental: el factor calidad, y disminuyen los costos del mercado con el fin de aumentar el número de clientes sin importar la calidad de sus servicios.

Este comportamiento ha generado un impacto negativo en las ventas de aquellos centros estéticos con un eficiente desempeño profesional y con una larga trayectoria en esta área, como es el caso de “TOKES Y TRUKOS”. Es por esta razón que resulta necesario crear nuevas vías para llamar la atención de los usuarios e incrementar las ventas de los servicios de este Centro en particular, lo que favorecería el aumento del prestigio y la imagen corporativa en beneficio de los trabajadores y sus dueños.

En tal sentido, el presente ensayo tiene como objetivo proponer estrategias publicitarias para el incremento de las ventas en el centro de Estética “Tokes y Trukos” ubicado en Guayaquil, a partir del manejo acertado de la publicidad que constituye un factor determinante en la comunicación del vendedor con el cliente, para promover de una forma más efectiva los servicios que brinda esta empresa privada.

Por tal razón se le brindará una especial atención al manejo de la publicidad digital en las Redes Sociales; tales como: facebook, twitter, youtube e instagram, con la finalidad de incrementar las ventas y minimizar los gastos de inversión en publicidad generando el llamado “boca a boca” y/o testimoniales de personajes del medio, los cuales propician una comunicación rápida y eficaz. Por cuanto, ante la solución del problema, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo las estrategias de publicidad propiciarían el aumento de las ventas en el centro de estética “Tokes y Trukos” de la ciudad de Guayaquil?, por lo que es necesario analizar el uso de las redes sociales como medio de publicidad, lo que contribuirá al fortalecimiento de la imagen para el llamado de atención de los clientes; tal es el caso del empleo adecuado de imágenes y videos compartidos en las Redes Sociales, a fin de promover los distintos servicios que oferta este negocio.

Al respecto es necesario determinar las estrategias de mercadeo adecuadas para incrementar las ventas del centro de estética “Tokes y Trukos” con el apoyo de

herramientas digitales como las Redes Sociales y las TIC's. No obstante, también se considera implementar nuevos servicios que identificarían a este centro de estética. Por lo que, ante estos hechos urgen los siguientes cuestionamientos: ¿Quién es el principal consumidor de centro de estética?, ¿Qué edades tienen?, ¿Cuál es la Red Social de su preferencia?, ¿Qué nuevo servicio le gustaría recibir de un Centro de Estética?, ¿Qué tipo de información (imágenes y textos) se expondrá en las Redes Sociales? Responder a estas interrogantes ayudará a esclarecer las piezas comunicacionales y estrategias publicitarias que se proponen con el fin de incrementar las ventas de este Centro, mediante el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC'S) al tomar como referencia las Redes Sociales y/o medios digitales, relaciones públicas y marketing tradicional.

Por lo tanto, en la presente investigación se tomará en consideración métodos de como el análisis-síntesis en la consulta bibliográfica de autores especializados en el tema, que propicien la comprensión más exacta de algunos términos, así como la inducción-deducción en la interpretación de los diferentes enfoques asociados con las referencias sobre el tema y también se aplicarán encuestas que arrojará como resultado una comprensión real de las necesidades de los clientes. Además, como fuente importante de información se procederá a la investigación de mercado y el estudio de las estrategias publicitarias relacionadas con la activación de los productos y servicios mediante el uso de herramientas audiovisuales para motivar la intención de compra en el Centro de Estética "Tokes Y Trukos" que beneficiaría a su público interno de este establecimiento, a sus propietarios y a los clientes que obtendrán un servicio de calidad.

1. Fundamentos teóricos sobre la publicidad como disciplina

La publicidad existe desde el momento en que se comenzó a comercializar productos entre la gente. Los orígenes de la publicidad se pueden rastrear hasta la antigua Grecia, pero es hasta la llegada de la revolución industrial donde la producción en masa de productos provocó la necesidad de diferenciar la mercancía de su competencia. Hasta ese momento la publicidad tenía una presencia muy fuerte, pero la introducción de la televisión le brindó mucho más fuerza a la publicidad. Desde aquel entonces los publicistas han recurrido a distintas campañas y estrategias comunicacionales logrando convertir a la publicidad en una práctica habitual. (Rodas, 2010).

Cuando se piensa en la publicidad también hay que referirse al proceso de comunicación que esta herramienta facilita y como todo proceso comunicativo, este involucra la emisión de un mensaje a través de señales, sonidos, gestos, entre otros, por parte de un emisor hacia un receptor que es quien analiza, decodifica e interpreta el mensaje. "En el caso de los seres humanos, la comunicación es un acto propio de la actividad psíquica, que deriva del pensamiento, el lenguaje y el desarrollo de las capacidades psicosociales de relación. El intercambio de mensajes

(que puede ser verbal o no verbal) permite al individuo influir en los demás y a su vez ser influido". (Definición.de, 2015). Por lo que la acción que se produce entre el publicista y el cliente va más allá de una simple promoción de un producto, sino que el proceso de comunicación fluye con un carácter de compromiso social y beneficio mutuo.

En relación con lo antes expuesto, las redes sociales funcionan como un ente activo en el proceso, la comunicación por este canal posibilita una mejor interacción entre cliente y publicista. En relación con esta idea Molina (2012) afirma que las herramientas y plataformas virtuales en los medios digitales promueven que las redes digitales formen parte de esas oportunidades de crear una reputación organizacional. Por ende la empresa debe cuidar este espacio que posibilita la apertura de todos los comentarios a fin de generar la trayectoria de la que se refiere este autor y que marca el inicio para fortalecer el posicionamiento de la organización como oportunidad de crecimiento del negocio. Los medios digitales también llamados nuevos medios o medios de tecnología nacieron principalmente con la globalización del internet, que es un mecanismo extremadamente masivo de comunicación, ya que su cobertura se puede extender por todo el mundo, lo que representa una ventaja muy importante. Sin embargo, la limitante de este tipo de medio es que no toda la población posee una computadora, o en algunos casos, servicios de internet por lo que los horizontes de estos medios se encuentran en crecimiento.

No obstante, al momento de preparar los mensajes de una campaña también deben tomarse en cuenta factores que de alguna manera generen coherencia entre dichas piezas convirtiéndolas en elementos identificables perteneciente a una misma intención. Por lo que resulta necesario considerar la naturaleza de cada uno de los medios ya que a pesar de la uniformidad en las piezas de una campaña deben respetarse las respectivas variantes que cada una requiere, tales como la secuencia verbal para anuncios de la radio o el lenguaje audiovisual propio de la televisión.

"La noción de percepción deriva del término latino 'perceptio' y describe tanto a la acción como a la consecuencia de percibir (es decir, de tener la capacidad para recibir mediante los sentidos las imágenes, impresiones o sensaciones externas, o comprender y conocer algo)". (Definicion.de, 2015). Lo que demuestra que toda percepción del producto o servicio puede ser asimilado de manera diferentes por cada usuario, todo depende del enfoque con que se exprese este mensaje.

Con el transcurso del tiempo, a través de la tecnología se ha fomentado un sin número de escenarios que han motivado a la sociedad para garantizar una evolución asociada con las TIC'S, siendo ellas el motor de búsqueda de información. Si bien es cierto los motores de búsqueda (Google, Yahoo, bin, Youtube, entre otros) están al acceso de los usuarios para temas de interés de quienes buscan determinada información en la medida de sus intereses, la creatividad debe llevar a las

organizaciones a delinear estrategias de comunicación más eficaces para motivar a los visitantes a pedir información y por ende recibir por parte de la empresa los requerimientos suficientes que garanticen el nivel de satisfacción.

Por eso es importante rescatar el papel de las redes sociales como medio publicitario, como banco de información, referencia para futuros visitantes y compradores de los locales que administra el centro comercial; de igual manera este medio digital permite mantener informado al público sobre eventos, novedades, promociones y demás información que influya en la motivación de los clientes para beneficio de las corporaciones. Según Amezcua (2012) las redes sociales son el camino más eficaz de la empresa para la interacción en la vida de los consumidores. Esta perspectiva invita a las organizaciones a crear la posibilidad de generar aliados a favor de su organización. Las organizaciones al darse cuenta de la potencialidad que tienen estos canales han emprendido nuevas formas de comunicarse con sus diferentes públicos, como entes activos del proceso utilizando los recursos que están en los sitios web. En relación con este aspecto Crespo, Ruiz y Parra (2009) plantea que las redes sociales son más que una comunidad virtual en donde los consumidores y futuros compradores se encuentran para interactuar socialmente, convirtiéndose para las empresas en una herramienta indispensable de comunicación organizacional. Afirmación que corrobora la idea de que este es un medio apropiado para publicitar con mayor facilidad cualquier servicio a disposición de los consumidores.

Otro autor que ha tratado el tema con autoridad es Cobo (2010), quien establece una estructura que busca ordenar la web 2.0 en cuatro pilares fundamentales, los cuales se integran de la siguiente manera:

- a) Social Networking (redes sociales): recopila todas aquellas herramientas elaboradas para la creación de espacios que facilitan o promueven la agrupación de comunidades virtuales que generen temas de interés común.
- b) Contenido: especifica aquellas herramientas que promueven la búsqueda de información, lectura y escritura en línea, así como el intercambio de comentarios y experiencias.
- c) Organización inteligente y social de la información: contiene recursos y mecanismos para indexar, etiquetar que facilitan el almacenamiento de la información, así como la búsqueda automatizada de dichos contenidos una vez que se los requiera de nuevo oportunamente.
- d) Aplicaciones y servicios: incluye un sin número de herramientas de fácil acceso para el usuario con el fin de entretenerlo brindándole soporte de información que le sea útil y satisfaga sus necesidades de manera oportuna. Facebook es una red social con dominio web www.facebook.com creada en el

2004 por *Mark Zuckerberg* quien en dicho momento realizaba sus estudios en la universidad de Harvard, esta red tiene como finalidad compartir y masificar ideas, pensamientos e imágenes de una persona o compañía a todos los usuarios de esta red social.

Twitter es una aplicación web que sirve para comunicar, la cual ha apoyado en gran medida a todas las personas y organizaciones al momento de transmitir un mensaje, adicionalmente esta herramienta de comunicación también sirve para que las personas estén en contacto a diario, informados y actualizados de todo lo que sucede en la sociedad. Instagram, al igual que Facebook y Twitter es una aplicación web que sirve para compartir mensajes, fotos, anuncios, etc. Esta red social ha sido de gran ayuda al momento de transmitir un anuncio porque es una aplicación que el usuario está revisando constantemente. Youtube.- es una red social que sirve para publicar películas, videos, música, productos entre otros, y es una herramienta ideal para brindar información ya que cuenta con la facilidad de poder vender un producto o servicio a través de su aplicación. (Definición.de, 2015).

Como se evidenció anteriormente, el usuario es el centro del nuevo formato y se piensa en él para crear los espacios digitales a fin de que se genere nuevos requerimientos y pedidos sobre la base de sus interacciones con los demás usuarios que se conectan en la red. Toda esta sumatoria de experiencias, quejas, dudas y sugerencias se traducen en información valiosa para la organización. Lo que se evidencia en el hecho práctico de que las personas han cambiado su comunicación e interacción, las organizaciones también lo han hecho a través de las personas que se han convertido en sus voceros. En la actualidad, con el uso de las redes sociales, estas acciones se hacen cada vez más evidentes en el momento de publicar la información que resulta oportuna. De acuerdo a Raacke y Bonds (2007) este enfoque ha permitido que los usuarios demanden más información a las organizaciones a través de las páginas oficiales de sus marcas en las redes sociales, pero sobre todo lo que desean los usuarios es una verdadera interacción con la marca mediante el uso eficaz de herramientas publicitarias y demás información que el usuario estime importante para él.

De acuerdo a un estudio efectuado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI, 2011) sobre las redes sociales en México, dio como resultado que este país ocupa el primer lugar de participación de audiencia digital y consumo de redes sociales e internet en América Latina. En el año 2013 alcanzó una cifra de 34,9 % de usuarios conectados a redes sociales, siendo las más frecuentadas en visitas: Facebook, Youtube y Twitter. Estas redes sociales son usadas para interactuar con sus familiares, amigos y personas conocidas, además son usadas por ellos para enterarse sobre eventos importantes que ocurrirán en el futuro inmediato. Esto demuestra que los usuarios de las Redes Sociales crecen de manera vertiginosa ya que 6 de cada 10 personas acceden diariamente a una nueva información. En relación con lo antes expuesto, se evidencia que el comportamiento de esta

herramienta ha sido un éxito en el país debido al manejo frecuente que tienen los usuarios al momento de publicar una información.

En el año 2009 en el Ecuador existían unos 400.000 usuarios de Facebook y la popularización de la tecnología con el paso de los años ha cambiado radicalmente este número para el 2015, con más de 8 millones de usuarios registrados en esta Red Social. La ciudad de Guayaquil es líder en usuarios con 1.780.000 persona que interactúan por medio de Facebook, lo que este medio se convierte en una herramienta practica para llegar a la comunidad de esta región en especial.

Para que una campaña tenga éxito en las Redes Sociales se debe tener muy en cuenta la participación del público, por lo que en un centro de estética esta estrategia debe enfocarse en mantener una comunicación positiva con su público que impulse la imagen corporativa de la compañía al resaltar los atributos que la diferencian de entre las demás. Parte de esta estrategia está relacionada con la imagen, la cual es definida por Kotler (2010) como el conjunto de ideas, impresiones y creencias que una persona tiene sobre un objeto, sobre la percepción que existe en su mente. Por otro lado, Santesmases (2012) define la imagen como la interpretación mental de los atributos y beneficios percibidos del producto o la marca. Desarrollar una imagen adecuada es sumamente indispensable, porque con la planeación estratégica de todos los atributos y beneficios se puede llegar a un correcto posicionamiento de la organización según referencia de Aaker, (2009).

2. Análisis de los resultados de encuestas realizadas al público externo

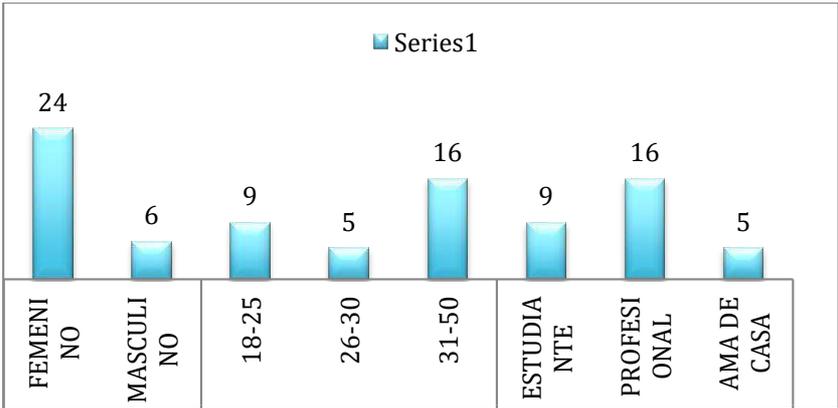
Una imagen clara, legible y transparente, debe obedecer a las necesidades de su público, para lograr el posicionamiento de la marca de la empresa. Estos factores muchas veces pueden ser apreciados en las Redes Sociales y equivocadamente, no se los toma en cuenta para mejorar la comunicación con los usuarios. La reputación de una marca está vinculada directamente con la opinión de la comunidad virtual. Ciertamente hay riesgos implícitos en mantener una comunicación constante y tener una apertura a los comentarios de las personas, pues la compañía puede ser objeto de comentarios maliciosos que la desacrediten frente a la sociedad. “La reputación online y la gestión de marca dentro de la construcción de una imagen corporativa son el proceso de hablar, escribir, posicionar, monitorear, medir como la organización interactúa en un diálogo ético y transparente con las partes interesadas, públicos o stakeholders” (Jones y Lima, 2009, p.339).

Por lo que es importante conocer las opiniones de los clientes para comprender mejor sus necesidades y para que el desarrollo de la propuesta publicitaria basada en una campaña de comunicación se efectúe de una manera más realista, por tal motivo, para la realización de la propuesta publicitaria se tomó como referencia un sondeo estadístico que se realizó en la ciudad de Guayaquil, en la zona de Urdesa Central debido a que esta zona es altamente comercial para el negocio de la estética

personal. El fin de este método de investigación es saber la opinión de los consumidores sobre horarios de atención, productos, servicios, promociones y demás servicios que persuaden la intención de compra en las personas. Por tal razón se aplicaron encuestas a los futuros clientes y clientes frecuentes, lo que arrojó los siguientes resultados:

En la encuesta realizada a los futuros clientes, del Centro de Estética se constató como resultados que el 80% fueron mujeres y el 20% hombres, lo que demuestra que el sexo femenino está más interesado en el uso de este tipo de servicio, a diferencia del sexo masculino, con un total inferior. El 30% de las personas tenían las edades entre 18 y 25 años, el 16.66% estaban entre 26 y 30 años, el 53% entre 31 y 50 años, lo que demuestra el rango de edades en el que se mueve los intereses, con tal sentido se deben pensar las propuestas para promocionar en Centro con una mayor aceptación. Asimismo, el 30% fueron estudiantes, el 53% profesionales y el 16.66% amas de casa, lo que demuestra que el nivel educacional del público que más frecuentará el Centro es profesional, por lo que las propuestas tienen que estar orientadas a satisfacer sus necesidades, con un enfoque también profesional y de calidad, sin falsas expectativas, pues este público tiene la capacidad necesaria para discernir entre engaño y servicio responsable. Con estas encuestas se pudo constatar el porcentaje relativo de futuros clientes con lo que contará el Centro de Estética y qué servicios son los que más les llama la atención a este futuro consumidor.

Gráfico 1. Encuesta realizada a los futuros clientes



Pregunta 1. Si fuese cliente del centro de estética “Tokes y Trukos” ¿con qué frecuencia vendría? Siempre__ casi siempre__ a veces__ nunca__
 Respuesta positiva ya que el 30% dijo que siempre, el 46% casi siempre, el 23% a veces y el 0% nunca. Se puede observar que el comportamiento de los clientes con esta pregunta fue todo un éxito.

Pregunta 2.

2. ¿Qué tipo de promoción le gustaría que haya en el centro de estética? (Combos 2 por uno)__, (incentivos de compra)__ y (descuentos)__

El 43% se identificó con los descuentos; el 46% con los combos, 2 por uno y el 10% con los incentivos de compra.

Pregunta 3. ¿Le gustaría encontrar en un centro de estética una alternativa como servicio de SPA? Sí__ no__

A muchos de los encuestados les interesó este servicio, ya que los resultados dieron positivo con un 90% y negativo, el 10%.

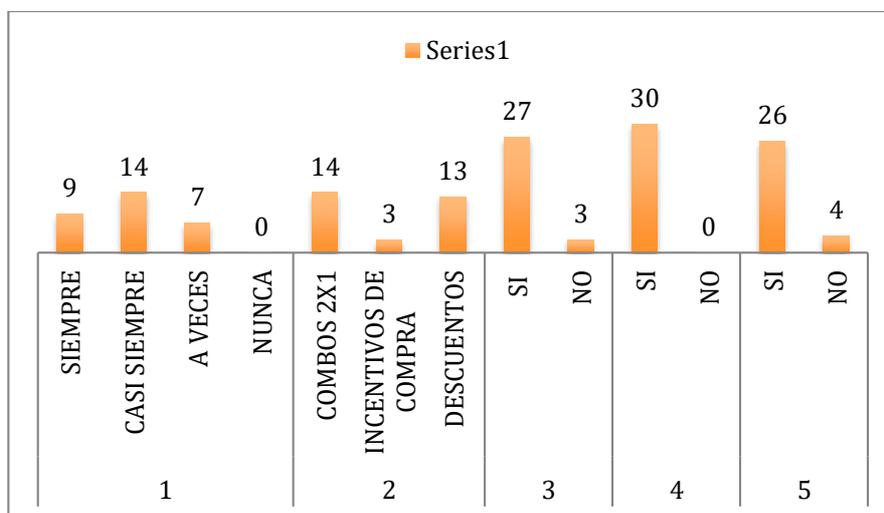
Pregunta 4. ¿Sería esencial un parqueadero exclusivo para el centro de estética?

El 100% de las personas encuestadas contestó de una forma positiva.

Pregunta 5. ¿Considera usted atractivo el servicio de taxi “puerta a puerta” para las personas que se les dificulte venir al centro de estética? Sí__ No__

Este es un servicio está previsto con una proyección futura y fue interesante constatar que a los futuros clientes les interesó la idea ya que el 86% marcaron Sí, a diferencia del 13% que seleccionaron la opción negativa.

Gráfico 2. Encuesta realizada a los futuros clientes



En las encuestas aplicadas a los clientes frecuentes se recogieron los siguientes resultados.

Pregunta 1: ¿Es usted un cliente frecuente? Sí__ NO__

El 66% respondió que sí y el 33.3% dijo no, lo que resultó interesante para el sondeo en relación con el número promedio de clientes con los que cuenta el Centro

Pregunta 2: 2. ¿Con qué frecuencia asiste a nuestro centro de estética?

Siempre__ casi siempre__ a veces__ nunca__

El 26.6% contestó siempre, el 36.6% casi siempre, el 30% a veces, y el 6.6% nunca.

Pregunta 3: ¿Cómo evaluaría el servicio que ofrece el centro de estética?

Bueno__ malo__ excelente__ regular__

El 43% fue buena, el 0% malo, el 46 regular, y el 1% regular.

Pregunta 4: ¿El servicio que más solicita es?

Tintes__ manicure y pedicure__ corte__ cepillado__

El 26% contestó tinte el 47% manicure y pedicuro, el 13% corte y el 13% cepillado.

Pregunta 5: ¿El salón mantiene una higiene adecuada? Sí__ no__

El 100% afirmó que era adecuada.

Gráfico 3: Encuesta realizada a los clientes frecuentes

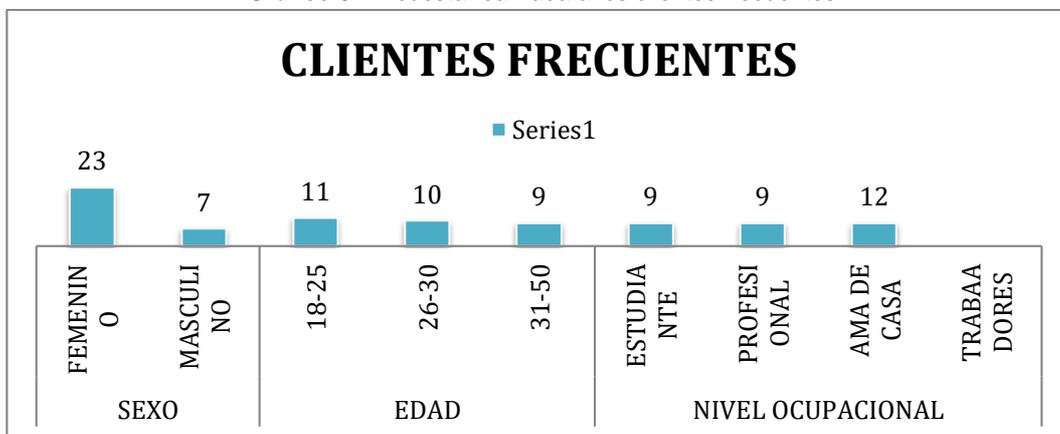
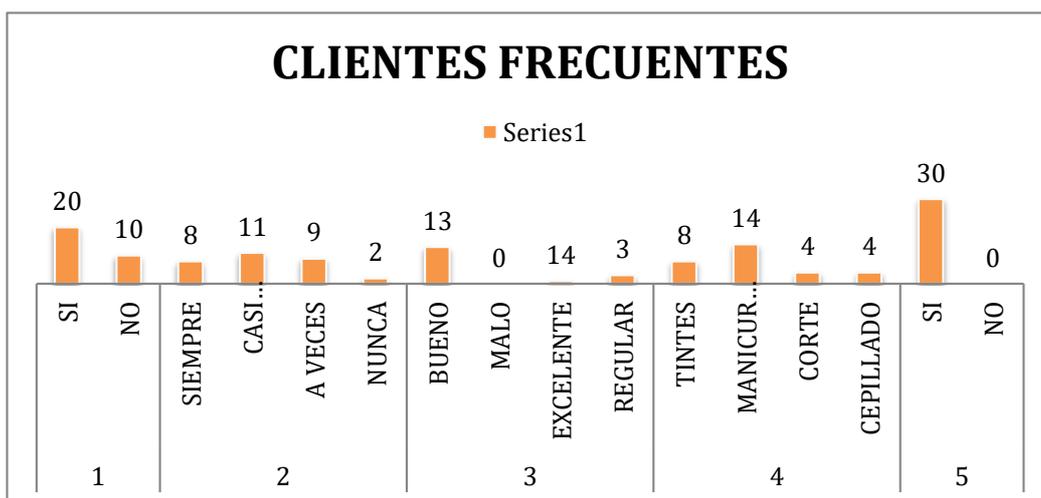


Gráfico 4: Encuesta realizada a los clientes frecuentes



En este sentido, las encuestas evidenciaron aspectos relevantes, tales como el género, la edad, el nivel escolar, motivaciones y necesidades que tienen los clientes futuros o clientes frecuentes; así como el comportamiento de éstos referido al ambiente del Centro. También fue importante conocer cuáles son los servicios que

más acogida tienen por los clientes y la manera en que serían aceptadas las nuevas propuestas. Todos estos resultados favorecieron la toma de decisiones por parte del investigador para establecer la propuesta publicitaria que es el propósito del presente ensayo.

Además es pertinente analizar otros factores a los que se enfrenta el Centro de Estética "Tokes y Trukos", que siempre ha prestado un servicio de alta calidad durante la última década en la ciudad de Guayaquil, su primera locación fue en la ciudadela Kennedy al norte de la ciudad en la Avenida del Periodista; puesto que este sector es de alto movimiento comercial, lo que propició posicionarse en el mercado e ir consolidando una fiel clientela con el paso del tiempo. Sin embargo, en los últimos 6 meses se ha evidenciado un desbalance en los ingresos del centro de estética "Tokes y Trukos" debido a la baja concurrencia de clientes.

Las semanas posteriores a las fiestas de Navidad y Año Nuevo, la capacidad adquisitiva de los potenciales clientes se ve afectada por el gasto que generan dichas fechas, esta situación se ve contrastada durante el mes de Febrero por la celebración de San Valentín o el Día del Amor y la Amistad, que genera grandes ingresos al centro de estética debido a que la imagen personal es muy importante por estos días, y las personas no escatiman para tener la mejor apariencia. Los meses subsiguientes, el descenso en las ventas está condicionado por diferentes eventos como la temporada playera, feriados y comienzo de período lectivo en la región costeña, por lo que se necesita de propuestas novedosas y creativas que llamen la atención de los clientes para la elección de los diferentes servicios que oferta el Centro.

En décadas pasadas las personas recurrían al uso de revistas, periódicos o contactos personales para enterarse de la publicidad de los centros estéticos porque no existían las tecnologías de información; tras la aparición de las Redes Sociales que se han popularizado a lo largo de los últimos años, esto las convierte en una herramienta nueva de comunicación, la cual no ha sido aprovechada con gran interés como canal de publicidad por los centros estéticos. Por tal motivo, las TIC'S han pasado a tener un rol principal en el desarrollo de la publicidad en las Redes Sociales, debido a la facilidad que otorgan para el mercadeo.

Al buscar en Facebook los Centros Estéticos en la ciudad de Guayaquil se evidencia la carencia de una imagen visual estable, la poca frecuencia de anuncios y mal manejo de contenidos en las redes sociales. La publicidad a nivel internacional es diferente como es el caso de Colombia, en este país se han ejecutado correctamente las estrategias de publicidad recurriendo al uso de fotos y videos de manera sistemática, lo cual genera pregnancia en el espectador, hecho que se ha podido constatar por la vía práctica que aparecen en las redes sociales. Por tal motivo se puede considerar que esta vía de promoción es factible para estos tipos de Centros, solo resta pensar en formas creativas que motiven a los usuarios.

3. Estrategias publicitarias para el incremento de las ventas del Centro de Estética

El fin de esta investigación es determinar las estrategias de publicidad que incrementarían las ventas y fidelizarían a su vez a los clientes frecuentes y futuros prospectos. Esta investigación se hizo también para identificar los puntos débiles de la actual estrategia de mercado del centro de estética "Tokes y Trukos" y también saber a qué target se va a dirigir la propuesta publicitaria. La correcta promoción de un centro estético está determinada por la difusión de servicios y productos, así como las constantes ofertas de promociones y descuentos dirigidas a mujeres de entre 16 años a 65 años.

Con la finalidad de estar en constante innovación se decidió trasladar las operaciones de la compañía a un sector más comercial y con mayor facilidad de parqueo, lo cual era una de las debilidades de la antigua locación del centro estético. En el centro de estética "Tokes" y Trukos domina la presencia del género femenino por lo que las estrategias de publicidad se enfocarán a este grupo objetivo.

La campaña publicitaria para el centro de estética Tokes y Trukos tendrá como nicho principal las redes sociales, por lo que los gastos de inversión en publicidad serán mínimos, maximizando las posibilidades de interactuar con todos los usuarios de Facebook a nivel local. Esta campaña ayudará a determinar el accionar de la compañía en estos meses de baja liquidez para reafirmar los ingresos del Centro y sugerir recomendaciones para cualquier empresa que quiera realizar una propuesta publicitaria.

De igual manera, a partir de esta investigación se pudo desarrollar y estandarizar procedimientos y estrategias de comunicación, enfocando esta metodología para un correcto desarrollo de campañas comunicacionales, tomando en cuenta las características del mercado target al cual se desea apuntar. La propuesta publicitaria que el centro de estética "Tokes y Trukos" va a implementar serán estrategias promocionales; así como la creación de 2 servicios que beneficiarán a los clientes, por lo que se ejecutará de la siguiente manera:

_A todas las clientes frecuentes se les otorgará una tarjeta de afiliación al centro de estética, esta tarjeta tendrán muchos beneficios como: descuentos permanentes del 15% en todas las áreas, tendrán preferencia al ser atendidas, también habrán invitaciones a los eventos que realicen las casas comerciales donde podrán ganar muchos premios y estarán siempre informadas de las promociones que realice el centro estético.

_Se implementará una promoción para los clientes los días lunes, martes, y miércoles en el área de tinturado, la dinámica será la siguiente: se hará el 30% de descuento en corte y cepillado a todas las personas que lleven un acompañante.

_ Se creará un precio especial en el área de Manicure y pedicure todos los lunes por tan solo \$12, el precio real es \$20.00, el fin de esta promoción es que en los días de baja afluencia de gente haya más demanda y las ventas suban de una forma exitosa.

_El centro de estética invertirá en un parqueo exclusivo para sus clientes, esto atraerá mucho más a la clientela debido a que el resultado de las encuestas en esta pregunta fue todo un éxito.

_Se cerrarán convenios con las casas comerciales para obtener beneficios como la capacitación semanal que ofrecen al personal, tener un precio especial con los productos importados de alta calidad, muebles para exhibir los productos y aplicaciones de tratamientos capilares con sus marcas.

_ La implementación de un servicio de taxi "Puerta a Puerta" hará mucho más atractiva la experiencia del usuario dada la facilidad de transporte para las personas que carecen de movilización propia, este servicio sería incluido en su cuenta de servicio estético.

_Otras de las estrategias que se implementarán es la contratación de una persona para que se encargue del manejo de las redes, el correcto uso de información audiovisual como videos testimoniales que muestren la satisfacción del cliente con el servicio adquirido y que sirvan como evidencia para mostrar el "Antes y Después", lo que ayudará a otras personas en la toma de decisiones con respecto al Centro Estético "Tokes y Trukos" y su participación como clientes.

_Los mejores clientes del Centro, durante un periodo de seis meses, participarán en un sorteo donde el ganador se le pagará todos los gastos de viaje turístico a Estados Unidos, para asistir a la Casa Comercial Lakme como promotora de una de las mejores marcas de productos en belleza a nivel mundial.

_El cliente que realice un consumo superior a los \$ 500 durante tres meses se le entregará un BOTOX CAPILAR de manera gratuita, puesto que será considerada como la mejor cliente del Centro.

_Se implementarán estrategias de mercadeo tales como descuentos en adquisición de múltiples servicios, tarjeta de usuario frecuente y beneficios por recomendar el servicio a otras personas, como promociones atractivas que facilitarán la decisión de compra, como se evidencia en el Anexo 3.

_La recepcionista del Centro se encargará de llamar a los clientes frecuentes el día de su cumpleaños para motivarlos a que asistan al Centro con descuento del 25 % en todas las áreas, para que tengan la posibilidad de mejorar su imagen en un día tan significativo como éste y a su vez, se coordinará con el personal para sorprender al cliente con el detalle musical.

Todas estas estrategias fueron concebidas para el incremento de las ventas en las áreas donde existe baja fluidez de clientela. Esta campaña tendrá un tiempo de duración de 1 año para establecer puntos de comparación con futuras encuestas, que propiciarán la toma de decisiones para futuras propuestas publicitarias, puesto que la constante renovación debe prevalecer en este tipo de Centros de Estética.

Imagen 1. Publicidad online de uno de los servicios



Imagen 2. Publicidad online de productos



CONCLUSIONES

- La extensión de las Redes Sociales para publicitar productos y servicios de una empresa resulta de gran importancia en el vertiginoso crecimiento de la comunicación.
- La constante necesidad que tienen las personas en mejorar su imagen, arroja como resultado la posibilidad de abrir nuevos frentes comunicacionales para motivar al constante consumo de productos estéticos.
- El manejo eficaz de las redes sociales incrementa el número de seguidores y posibles clientes con capacidad adquisitiva para costear los productos y servicios del Centro de Estética.
- La propuesta publicitaria presente en la investigación propiciaría el incremento de las ventas del servicio del centro estético "Tokes y Trukos" para beneficio de clientes y propietarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aaker, D. (2009). *Strategic Market Mana*. New York: Wiley & Sons.

Amezcu, M. P. (2012). *Redes sociales, mecanismos generadores de reputación organizacional para las Pymes. Social Networks to generate organizational reputation for SME*.

- Cardoso, H. (2012). *Departamento de Comunicación Social*. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2012/miml.html>
- Cobertura digital (2015). *Redes sociales Ecuador: Facebook pasó 8000.000*. Recuperado en <http://www.cobeturadigital.com/2014/12/29/redes-sociales-ecuador-facebook-paso-los-8-millones-2015/>
- Cobo, R. (2007). *Inteligencia colectiva o medios*. USA: s.n. Definición.de (2015). *Definición de Facebook*. Recuperado en <http://definicion.de/facebook/>
- Crespo, L., Ruiz, E. y Parra R. (2009). Motivación y consumo de facebook como determinante para recopilar información del grupo objetivo. Caso de de la red UCSC Chile: Última Década.
- Definición.de (2015). *Definición de YOUTUBE*. Recuperado de <http://definicion.de/youtube/>
- Definición.ABC (2015). *Definición de Instagram*. Recuperado de <http://www.definicionabc.com/tecnologia/instagram.php>
- Definición.de (2015). *Definición de comunicación*. Recuperado de <http://definicion.de/comunicacion/>
- Definición.de (2015). *Definición de percepción*. Recuperado de <http://definicion.de/percepcion/>
- Ipsa Groups (2012). *Centros comerciales de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Ipsa Groups.
- Jones, B. & Lima, A. (2009). Corporate Reputation in the era of the web 2.0. *Journal of the marketing management*, 927-939. Kotler, P. (2010). *Dirección de marketing*. México: Prentice-Hall.
- Middleberg, D. (2007). *Relaciones públicas en un mundo interconectado*. Bilbao: Deusto.
- Molina, M. (2012). La reputación organizacional: Un diferenciador por excelencia. Recuperado en www.eumed.net/ce/2012/
- Pacheco, R. (2009). *Competencias claves para la comunicación organizacional*. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Paredes, M. (2012). *Las 179.830 empresas del país divididas en 11 sectores*. Guayaquil: INEC.

Prieto, A. (2004). *Sistemas de Información en las organizaciones. Una alternativa para mejorar la productividad gerencial*. Revista Ciencias Sociales, p.p 322 - 337.

Raacke, J. & Bonds, J. (2007). My Space y Facebook. Applying the uses and gratifications. *Cyber Psychology and Behavior* , p.p 11-12.

Rodas, E. (2010). *Antecedentes históricos de la publicidad*. Recuperado de <http://publiinfo.blogia.com/2010/050801-antecedentes-historicos-de-la-publicidad.php>

Rego, D. (2013). *XVI Seminario Latinoamericano ASOCAM*. Quito: ASOCAM.

Santesmases, M. (2012). *Marketing Estratégico*. Madrid: Pirámide.

Última década. Masadelante.com (2015). Qué es twitter y cómo funciona. Recuperado en <http://www.masadelante.com/faqs/twitter>

020. PROPUESTA DE PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS PARA LA SOCIALIZACIÓN DEL PROYECTO “CAPACÍTATE PARA EL EMPLEO” DE LA EMPRESA CLARO EN ECUADOR.

Autores:

Lic. Emilio Mauricio Guerrero Morales

*Licenciado en Comunicación con énfasis en Relaciones Públicas (Ecuador). Supervisor de cuentas de la Agencia de Publicidad Rivas Young & Rubicam (Rivas Y&R). Egresado de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Guayaquil
emilio.guerrero@yr.com*

MSc. Nadia Aurora González Rodríguez

*Licenciada en Ciencias de la Educación. Máster en Ciencias de la Educación (Cuba). Docente y Delegada de Investigación de la Facultad de Comunicación y Marketing en la Universidad Tecnológica ECOTEC, Guayaquil
ngonzalez@ecotec.edu.ec*

RESUMEN

La responsabilidad social se enfoca en el papel que debe tener una empresa con el entorno en que se desenvuelve. En la actualidad, las organizaciones son concebidas no solo como un actor económico sino también como un actor social, por lo tanto, éstas deben escuchar a sus públicos de interés para poder identificar aquellas necesidades y expectativas latentes, a fin de atenderlas efectivamente. Por tal motivo es imprescindible que una corporación esté consciente del papel social que desempeña en su nación.

En tal sentido, la empresa Claro como líder en el sector de telecomunicaciones ha adquirido en su plan de Responsabilidad Social un especial compromiso con la tecnología, la educación y el medio ambiente. Tal es el caso del proyecto “Capacítate para el empleo”, que fue concebido con el propósito de propiciar el aprendizaje interactivo y virtual, de fácil acceso y de manera gratuita, para apoyar a los ciudadanos ecuatorianos en la gestión del conocimiento, con marcado compromiso social. Por lo que, tomando en consideración la relevancia de esta idea, así como la atenuante de que se encuentra en su fase inicial; la presente investigación tiene como objetivo, proponer un plan de Relaciones Públicas para la socialización de este proyecto entre sus públicos de interés.

Palabras clave

Plan de Relaciones públicas, grupos de interés, responsabilidad social, tecnología educativa

ABSTRACT

Social responsibility focuses on the role that should have a company with the environment in which it operates. Today, organizations are conceived not only as an economic player but also as a social actor, therefore, they must listen to their stakeholders to identify those latent needs and expectations, in order to effectively attend them. For this reason it is imperative that a corporation be aware of the social role in their nation.

In this regard, Claro company as a leader in the telecommunications sector has acquired in its Social Responsibility plan a special commitment with technology, education and the environment. Such is the case of "Get trained for employment" project, which was conceived for the purpose of promoting interactive and virtual learning, easily accessible and free, to support Ecuadorian citizens in knowledge management, with a strong Social commitment. So, taking into consideration the relevance of this idea as well as the extenuating idea that is in its initial phase; this research aims to propose a public relations plan for the socialization of this project among its stakeholders.

Keywords

Public relations plan, interest groups, social responsibility, educational technology

INTRODUCCIÓN

Al analizar el contexto económico de recesión que vive el Ecuador, con un mercado laboral contraído en el que 6 de cada 100 ecuatorianos se encuentran sin empleo y un 53% del país sin un trabajo formal, la posibilidad de recibir una formación profesional gratuita para desarrollar emprendimientos o ser más competitivo en el mercado laboral toma una importancia clave.

Por otro lado la penetración de internet, el uso de TICs y la alfabetización digital en el país año a año ha mejorado sustancialmente, esto abre una enorme oportunidad a formas no tradicionales de educación, vinculadas a la tecnología, en otras palabras *e-learning* o aprendizaje electrónico.

Considerando que solo el 6% de los ecuatorianos cuenta con un título de educación superior y apenas la mitad de los chicos en edad colegial se encuentra en el colegio, *e-learning* supone una oportunidad perfectamente plausible de formación académica y laboral.

“Capacítate para el empleo” de la empresa Claro es una iniciativa de Responsabilidad Social, que consiste en una plataforma de capacitación gratuita en línea, abierta para todo el país (clientes y no clientes), que no requiere estudios previos y cuenta con cursos en 11 áreas del conocimiento desde agricultura hasta

atención hotelera. Esta plataforma cuenta además con cursos de formación para emprender un negocio propio y lo más importante es de acceso universal sin importar la hora y el lugar. Por encontrarse este proyecto en una etapa inicial, es de suma necesidad un plan de relaciones públicas que permita acercar esta iniciativa a los públicos clave que impulsarán el crecimiento y difusión del proyecto. El propósito de este proyecto es contribuir a la reducción de la brecha digital en el país.

El objetivo de este trabajo es proponer un plan de Relaciones Públicas para la socialización de este proyecto entre sus públicos de interés. Con ese propósito se utilizará como sustento teórico conceptos sobre las relaciones públicas, la responsabilidad social, los públicos de interés y la estructura esencial de un plan estratégico de Relaciones Públicas, así como los criterios de autores como el Dr. Dennis Wilcox, estadounidense considerado uno de los académicos más influyentes en las Relaciones Públicas y el Dr. José Barquero, investigador y académico español quién además de uno de los autores de Relaciones Públicas más vendidos y reputados a nivel mundial, la metodología empleada fue de análisis y síntesis para la recopilación y procesamiento de información.

El plan de acción se fundamentará en estadísticas socioeconómicas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel). Adicionalmente se empleó el método deductivo-inductivo para la realización de entrevistas a la Jefe de Relaciones Públicas de la empresa Claro y al Coordinador de Postgrados Online de la Universidad Espíritu Santo, como especialista en educación online, para establecer criterios correspondientes con la realidad y así desarrollar una propuesta efectiva para socializar este proyecto.

1. La gestión de las relaciones públicas en función de sus públicos de interés

Para que el crecimiento económico de una empresa sea sostenible, ésta debe considerar en su gestión las necesidades e intereses de los públicos con los que se relaciona en su día a día, esta es la esencia de las Relaciones Públicas. Los profesores Lawrence W. Long y Vincent Hazelton, describen a las Relaciones Públicas como una función directiva de la comunicación a través de la cual las organizaciones se adaptan, alteran o mantienen su entorno con el propósito de lograr las metas de la organización. Este enfoque ubica a la empresa en un entorno que puede representar la consecución de sus metas. El objetivo de las Relaciones Públicas, de acuerdo al politólogo Scott Cutlip, reside en establecer relaciones de mutuo beneficio entre una organización y los públicos de los cuales depende su éxito y fracaso (Barquero y Barquero, 2005). En esta definición se incorpora el concepto de públicos, que son grupos de personas con intereses y expectativas en común de cara a la organización, estos pueden clasificarse a groso modo en Públicos Internos (aquellos que forman parte del organigrama de la institución como los accionistas, directivos, empleados, entre otros) y Públicos Externos (su cantidad dependerá de la actividad de cada organización, por ejemplo: medios de

comunicación, el gobierno, la comunidad, la academia, grupos empresariales, grupos sindicales, movimientos sociales, asociaciones, entre otros).

En términos generales el desafío de las Relaciones Públicas reside en alinear los intereses de la organización con los de sus públicos. El cambio paradigmático de las relaciones públicas frente al mercadeo se basa en dejar de considerar únicamente el factor económico (consumidores) y empezar a concebir el factor social y relacional (públicos). En este sentido es válido como apunta Barquero (2005) concebir a las relaciones públicas como instrumentos de diálogo y armonización que buscan la evolución racionalizada, la rentabilidad de las inversiones, la justicia social y la transparencia en la gestión.

Como se mencionó anteriormente, atrás quedaron los tiempos en los que las empresas sólo se preocupaban de producir y vender. La globalización, el cambio climático, el advenimiento de varios competidores en una misma categoría del mercado y la evolución de gobiernos y clientes más informados, han llevado a las empresas a tomar consciencia sobre el rol que tienen como actores sociales.

“Sin el sector privado, el desarrollo sostenible no será más que un sueño distante. No pedimos a las empresas que hagan algo distinto a su actividad comercial normal, sino que lleven a cabo sus actividades normales de manera diferente” (ONU, 2002, p. 32)

En los años 60 a partir de la expansión económica e industrial que se vivía a nivel mundial, la OIT -Organización Internacional de Trabajo- pidió al sector empresarial aportar en el ámbito laboral. Esto supuso un cambio de paradigma ya que la empresa pasó de velar únicamente por sus intereses productivos y económicos a ser corresponsable de la situación social que circunda su actividad. Barquero (2005) llamó “balance social” a aquella contraprestación que ofrecía la empresa por los beneficios obtenidos por los públicos con que se relacionaba. Si la empresa obtiene ventajas de su entorno (geográfico, material y recursos humanos) debe tratar en justa reciprocidad de devolver algo de lo obtenido a estos públicos. Esta ética empresarial, con el tiempo se fue institucionalizando hasta llegar al concepto de Responsabilidad Social Empresarial.

La Unión Europea (2001, ¶ 3) en su libro verde definió a la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de objetivos sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con el resto de actores implicados”. En términos prácticos la RSE promueve que las metas empresariales sean compatibles con el respeto ambiental y que favorezcan la reducción de desigualdades sociales. La Responsabilidad Social Empresarial (o Corporativa) es parte importante de la gestión de Relaciones Públicas que toda organización debe considerar.

Para desarrollar un plan de relaciones públicas la organización debe responder cinco preguntas básicas: ¿Dónde estamos? Este es el punto de partida, el análisis de situación, se debe tener claro el problema que se busca solucionar, aquella

necesidad a suplir, y un escenario fiel de la empresa y su contexto social, político y económico. La segunda gran pregunta por contestar es: ¿A dónde queremos llegar? Determinar de manera clara los objetivos será clave para definir la guía para el plan, estos objetivos deben ser realistas y medibles. Con el panorama claro de la situación y los objetivos se debe contestar: ¿A quién nos dirigimos?

Esta cuestión permitirá establecer de manera concisa los públicos a los que se apuntará con el proyecto. ¿Cómo vamos a llegar? Es quizás la pregunta más compleja por responder. Sin embargo, el proceso se facilita cuando se aprovecha la investigación realizada en el dónde estamos y se comprende profundamente al público objetivo. En este punto se podrá determinar las acciones que permitirán conseguir los objetivos trazados cuando se imaginó el estado deseado. La última pregunta por responder es ¿Cuándo lo haremos? Parte clave de un plan es tener clara la prioridad de las tareas, la secuencia natural que estas deben tener, su ordenamiento en etapas de acuerdo a los objetivos y su periodo de inicio y finalización.

Comprender las necesidades de los públicos y clientes, cambia por completo 'el juego' de una empresa, una idea de Levitt (1960) leída en un artículo de Fuentes (2014, ¶ 21) menciona:

Realmente los clientes no compran productos, sino soluciones a sus necesidades. Tarde o temprano aparecerá un competidor con una solución que encaje mejor con las necesidades insatisfechas del cliente. Una organización evitará caer en estos errores si su líder tiene la visión de un mercado formado por personas con necesidades insatisfechas.

Un buen plan de Relaciones Públicas, parte de un conocimiento claro sobre la problemática a atender, para que de él parta la solución al problema que se presenta en el desarrollo del plan de relaciones públicas.

2. Estadísticas sobre el contexto laboral, educativo y tecnológico en Ecuador.

Sólo un 6% de los ecuatorianos cuentan con un título de educación superior (universitario o no universitario) mientras que apenas el 59% de la población entre 15 y 17 años está inscrita en un colegio. (INEC, 2010) Los principales motivos por los que los ecuatorianos deciden no asistir a un establecimiento educativo son la falta de recursos económicos, horarios de trabajo que se lo impiden y quehaceres del hogar (INEC, 2013). Las cifras sobre educación son elocuentes apenas 6 de cada 10 adolescentes están yendo al colegio y ni siquiera 1 de cada 10 ecuatorianos cuenta con educación superior. En otras palabras la no asistencia por motivos de trabajo, no se podría solucionar ni siquiera construyendo más escuelas, se debe buscar nuevas opciones. No se puede hablar de progreso sin abordar la problemática de la educación. Esta situación plantea un desafío para iniciativas de carácter educacional.

Por otro lado el sector laboral se encuentra en crisis, el desempleo en un año (Marzo 2015 - Marzo 2016) ha aumentado en 2 puntos porcentuales (Orozco, 2016) traducido en términos sencillos 200 mil personas que trabajaban hace un año se encuentran hoy sin empleo. El total de desempleados en el país asciende a un aproximado de 600 mil personas, dicho de otra manera casi el doble de la población de Cuenca (la tercera ciudad más poblada del país) se encuentra sin trabajo.

En un hogar en el que el jefe de familia está sin empleo, los adolescentes pueden verse en la necesidad de abandonar sus estudios para buscar trabajos informales que permitan cubrir las necesidades básicas. Por este motivo el desempleo y el ausentismo escolar son fenómenos que están relacionados de una manera cercana.

La educación debe ser una de las prioridades a nivel nacional, de acuerdo a la página de estadísticas Index Mundi la población menor a 15 años en el Ecuador es del 28,5%, al respecto la publicación World Fact Book indica que:

Los países con poblaciones jóvenes (alto porcentaje menores de 15 años) tienen que invertir más en escuelas, mientras que los países con poblaciones de edad avanzada (alto porcentaje de 65 años de edad o más) tienen que invertir más en el sector de la salud. La estructura de edad también se puede utilizar para ayudar a predecir posibles problemas políticos. Por ejemplo, el rápido crecimiento de una población de adultos jóvenes que no pueden encontrar empleo puede dar lugar a disturbios. (Index Mundi, 2015, ¶2)

En Ecuador el rango etario menor a 15 años es el segundo más grande, el primero es 25 – 54 años (39%) (Index Mundi, 2015, ¶1) por estos motivos la crisis de educación y desempleo son asuntos interrelacionados cuya pronta atención es importante.

Al relacionar educación y tecnología un indicador clave por analizar es el analfabetismo digital. Para ser considerada “analfabeta digital” una persona debe cumplir estas tres características: No contar con un celular activado, no haber usado una computadora en el último año y no haber usado internet en el último año. (Arcotel, 2015) Los chicos entre 16 y 24 años son los más familiarizados con lo digital si se considera que un 68% de las personas que han usado una computadora está en este rango de edad. (INEC, 2013) El sector geográfico también incide ya que en sectores rurales apenas un 22% de hogares acceden a internet (menos de la mitad que en el 51% de hogares en el área urbana) (Arcotel, 2015)

Sin embargo, el panorama está cambiando. Las últimas cifras oficiales indican que “el analfabetismo digital se ha reducido del 33,6% en el 2009 al 14,3% en el 2014” (El Universo, 2015). Esta significativa reducción se puede atribuir al incremento de cibercafés, iniciativas gubernamentales como los Infocentros Comunitarios (centros tecnológicos equipados que buscan reforzar el aprendizaje de la población rural y llegan a más de 2.9 millones de Ecuatorianos) sumadas a factores como la digitalización de trámites ciudadanos, la creación de zonas de Wifi gratuitas en las principales ciudades ecuatorianas y el aumento de dispositivos tecnológicos como

tablets, teléfonos inteligentes y computadoras portátiles en el mercado a precios accesibles. No es riesgoso señalar que la accesibilidad a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) en Ecuador tiende a mejorar con el paso del tiempo. Cada vez más ecuatorianos estarán familiarizados con Internet y dispositivos tecnológicos y eso abre una enorme oportunidad para formas no tradicionales de educación.

E-learning o aprendizaje electrónico se llama a "la formación (académica o profesional) que utiliza la red como tecnología de distribución de la información" (Cabero, 2006). El mismo autor menciona que esta metodología "posibilita un aprendizaje interactivo, flexible y accesible, a cualquier receptor potencial" (p. 2). Portales de educación gratuita en línea como Coursera (<https://es.coursera.org/>) cuentan con más de 18 millones de usuarios a nivel global, y ubican a Brasil, México y Colombia en el Top 10 de países con más usuarios registrados en sus cursos (Aguilera, 2016)

3. Análisis de la importancia del proyecto “Capacítate para el empleo”

La cantidad de información disponible en herramientas de e-learning es enorme, por lo tanto, el manejo de estas plataformas supone un potencial de perfeccionamiento académico y profesional. Dado que la herramienta ya está desarrollada, surge el desafío de acercar esa información a la ciudadanía facilitando de esta manera un progreso económico, social y laboral del país. Por estos motivos cobra especial importancia este proyecto, y para una mejor comprensión del mismo, se describirá brevemente la empresa Claro y cómo surgió esta iniciativa.

Claro es una marca de servicios de telecomunicaciones que pertenece a la empresa mexicana América Móvil, y que junto a Telmex, Telcel y Telesites son controladas por el Grupo Carso, cuyo accionista mayoritario es Carlos Slim (Wikipedia, ¶ 1). Claro tiene presencia en la industria de las comunicaciones integradas en Ecuador y más de 15 países en Latinoamérica. Globalmente, esta empresa cuenta con cerca de “262 millones de clientes inalámbricos, 30 millones de líneas fijas, 17 millones de accesos de banda ancha y 16 millones de abonados de TV por cable” (Wikipedia, ¶ 4). En Ecuador Claro ofrece los servicios de: Telefonía Móvil y Fija, Internet Móvil y Fijo, Televisión por Cable y Televisión Satelital. Destaca su liderazgo en telefonía móvil e internet móvil con un marketshare del 63% (su principal competidor Movistar, de Telefónica, tiene un 33%) (Armijos, 2014)

CLARO desarrolla sus acciones de Responsabilidad Social Empresarial en los ejes de Educación y Medio Ambiente. Sus acciones buscan apoyar iniciativas ambientales y educativas que promuevan el bienestar de las familias ecuatorianas. En la página oficial de Claro se observa que sus acciones de RSE están enfocadas en contribuir a la disminución de la brecha digital, lo que se traduce en la distancia del acceso, uso y apropiación de tecnologías dentro de los segmentos socioeconómicos de una misma sociedad.

El proyecto “Capacítate para el empleo” nació de una alianza entre la Fundación Carlos Slim (a la que está suscrita Claro) y la ONG *Khan Academy*. La Fundación Carlos Slim A.C. es un organismo fundado en la ciudad de México en 1986. Sus proyectos principales están relacionados con la educación, la salud, la justicia y el desarrollo personal y colectivo tanto en México como en América Latina. (Wikipedia, ¶ 1). *Khan Academy* es una organización sin fines de lucro fundada en el 2006 en California por el docente Salman Kahn, esta fundación ofrece educación gratuita en línea para cualquier persona en cualquier lugar del mundo. A la fecha, cuenta con más de 3,800 videos en línea y ha dado 227 millones de cursos a más de 6 millones de estudiantes.

En enero de 2013 Salman Khan y Carlos Slim firmaron de un Convenio de Colaboración para que jóvenes estudiantes, maestros, padres de familia, investigadores y para que quienes requieran habilidades para el trabajo, tengan acceso a cursos educativos y de capacitación. Fundación Carlos Slim apoyará a *Khan Academy* para su desarrollo traduciendo al español los contenidos de esta plataforma. (Fundación Carlos Slim, 2013). De acuerdo al boletín de prensa de Claro (2015, ¶6) en el lanzamiento del proyecto Alfredo Escobar, Presidente de Claro Ecuador, realizó las siguientes declaraciones:

La tecnología aplicada a las comunicaciones permite generar igualdad de oportunidades de desarrollo para las personas en nuestro país. Hoy con Capacítate con CLARO, acercamos a los ecuatorianos al acceso libre y gratuito a los programas de capacitación de la Fundación Carlos Slim.

“Capacítate para el empleo” es una plataforma de educación en línea completamente gratuita que está orientada no sólo para quienes buscan un empleo o emprender su propio negocio, también para quienes quieren desarrollar sus competencias productivas a través de una capacitación gratuita, sin límite de tiempo y sin requisitos de estudios previos. Esta plataforma ofrece más de 50 oficios y actividades técnico-operativas en 11 categorías como agropecuaria, comercio, construcción, industria, servicio al cliente, moda y belleza, tecnología, entre otras.

Este proyecto fue lanzado al público en Marzo de 2016. Al respecto María de Lourdes Oliva, Jefe de Relaciones Públicas de Claro Ecuador comenta en una entrevista realizada que Claro tomó conciencia de que a través de su red podían llegar a la palma de la mano de muchas personas y esto abre la oportunidad de aportar al conocimiento de la gente. El constante crecimiento de Internet en el país fue creando el espacio para impulsar esta herramienta que es gratuita y relevante, así nació “Capacítate para el empleo” y sus programas gratuitos de capacitación en línea.

Esta herramienta según comenta Oliva tiene la particularidad de que el acceso a todos los cursos es gratuito, no requiere estudios previos y puede usarse desde cualquier dispositivo con acceso a internet: una computadora en casa, desde el cyber, el celular o la tablet. Algo adicional es que todos los ecuatorianos pueden

acceder a estos contenidos, no es beneficio exclusivo para usuarios de CLARO, lo que convierte a esta plataforma en una valiosa alternativa para quienes puedan encontrarse limitados de acceder a capacitación presencial por motivos económicos, de salud o de horarios de trabajo.

El mayor desafío que tiene este proyecto en palabras de Oliva es contribuir a superar las barreras culturales, y hasta temores, que podría tenerse a la hora de decidir acceder a plataformas de aprendizaje no tradicionales y motivar (a los ecuatorianos) a romper sus paradigmas con relación a nuevas formas aprender; estas plataformas, por su diseño y conceptualización, son de fácil acceso y navegación, sus interesantes e interactivos módulos permiten un flujo natural de la información lo cual hace más amigable el proceso, motivando al interesado a usar esta innovación que ya es tendencia a nivel mundial.

De acuerdo a Omar Maluk, Coordinador de Posgrados online de la UEES, los mayores desafíos que tienen los programas educativos en línea son la adaptación de contenidos de las materias a un formato digital (amigable, dinámico, en el que se aproveche los recursos audiovisuales del medio) y la honestidad del alumno, ya que suele suceder en programas de pregrado o posgrado online que para tareas, casos y exámenes realizados a distancia, alumnos consiguen profesionales que tomen su lugar para tener buenas notas y seguir avanzando.

Estos dos grandes inconvenientes no aparecerán en el caso de “Capacítate para el empleo” por el hecho de que los contenidos han sido realizados por la Khan Academy (reconocida institución educativa a nivel mundial) lo que brinda una garantía de calidad y nivel internacional, por otro lado al ser cursos prácticos con un enfoque de capacitación laboral, la motivación del usuario no será obtener una buena nota, sino aprender algo para aplicarlo en el trabajo o su emprendimiento. Entre las sugerencias de Maluk a la hora de comunicar el proyecto, destaca el investigar de manera clara las necesidades laborales de un sector, y enfocar la comunicación en esas áreas para asegurar así un mejor índice de inserción laboral entre los usuarios del programa.

Con el fin de socializar efectivamente este proyecto, es decir, acercarlo a sus públicos de interés, se propondrá un Plan de Relaciones Públicas basado en la estructura esencial propuesta por Wilcox, Cameron, Ault, y Agee (2006, p. 197).

Este proyecto, adecuadamente socializado, brindará a personas de bajos recursos la capacidad de acceder a educación de nivel mundial, incrementará capacidades para desarrollar micro emprendimientos exitosos como alternativa a una dependencia al contraído mercado laboral y promoverá el uso de herramientas digitales que abren una nueva fuente de conocimientos para los ecuatorianos.

4. Plan de Relaciones Públicas para la socialización del proyecto “Capacítate para el empleo”.

Con el fin de socializar efectivamente este proyecto, es decir, acercarlo a sus públicos de interés, se propondrá un Plan de Relaciones Públicas basado en la estructura esencial propuesta por Wilcox, Cameron, Ault, y Agee (2006, p. 197). Este proyecto, adecuadamente socializado, brindará a personas de bajos recursos la capacidad de acceder a educación de nivel mundial, incrementará capacidades para desarrollar micro emprendimientos exitosos como alternativa a una dependencia al contraído mercado laboral y promoverá el uso de herramientas digitales que abren una nueva fuente de conocimientos para los ecuatorianos.

Objetivo General:

Acortar la brecha digital a través de la socialización del proyecto “Capacítate para el empleo”.

Objetivos Específicos:

- Fortalecer la imagen de Claro como una empresa socialmente responsable.
- Socializar el proyecto entre sus públicos de interés.
- Establecer alianzas estratégicas que permitan el crecimiento y mantenimiento del proyecto.
- Mejorar el nivel de educación y formación profesional en el país.
- Incrementar las posibilidades de acceso al empleo a través de la capacitación para emprendedores y estudiantes.
- Llevar la alfabetización digital a otro nivel enseñando a los ecuatorianos a sacar provecho de entornos digitales para fines educativos y profesionales.
- Subir a la palestra el debate sobre la importancia y la dimensión del *e-learning*

Públicos Internos:

- Empleados de Claro: Los 2600 empleados que pertenecen a la organización a nivel nacional, fueron el primer público con el que se socializó “Capacítate para el empleo” a través de charlas, capacitaciones y talleres. Este público actuará como difusor del mensaje, de él saldrán voceros, capacitadores y colaboradores del proyecto.
- Accionistas y directivos: Estos públicos son los que sostendrán económicamente el lanzamiento y esfuerzos iniciales del proyecto. Para su entero convencimiento sobre la justificación empresarial sobre esta acción de Responsabilidad Social, se realizará una investigación de mercado sobre la percepción de la imagen corporativa antes de lanzar el proyecto y a los 6 meses del lanzamiento.

Públicos Externos:

- Planteles Educativos: Los colegios, escuelas y Universidades, por contar con una infraestructura educativa, serán un público clave, ya que a través de ellos

se podrá llegar a los familiares de los alumnos, para impulsar el uso de la herramienta. Además, sus laboratorios de computación servirán como espacios para capacitar sobre la utilización de la plataforma y dar acceso a quienes no cuentan con un dispositivo de conexión a internet.

- Tecnológicos: Se realizará alianzas con proveedores de Tablets y Laptops para conseguir donaciones, descuentos y planes de financiamiento especiales, de manera que más usuarios puedan acceder a la herramienta de *e-learning*.
- Gubernamentales: Se realizará alianzas con la Presidencia de la República, las Prefecturas, Municipios, GADs, y los Ministerios de Educación, Tecnología, Trabajo e Inclusión Social, con el fin de impulsar la donación de dispositivos móviles, la creación de zonas de *wifi* gratuitas, centros de capacitación y acceso online (infocentros) y personal que colabore con la difusión de esta iniciativa.
- Empresariado: Se realizará alianzas con Cámaras Empresariales de las principales ciudades del país (Cámara de Comercio, de Industria) y asociaciones de distintos sectores industriales con el fin de realizar programas de capacitación adhoc a sus necesidades que permitan la multiplicación de plazas de trabajo y programas especiales de pasantías y prácticas profesionales. De esta manera se cierra la brecha entre la capacitación y la consecución del empleo.
- Medios de comunicación: Este público será clave para la socialización de esta herramienta de cara al usuario final. Su potencial alcance es enorme por tanto deberá ser abordado con acciones planificadas y efectivas.
- Usuarios de la herramienta: El usuario final de la herramienta será segmentado inicialmente bajo criterios demográficos, es decir de acuerdo a su zona de residencia (rural o urbana), rango etario y nivel socioeconómico. De acuerdo a las cifras del INEC sobre alfabetización digital y frecuencia de uso de internet, en una etapa inicial se concentrará el trabajo en los segmentos con mayor masa crítica de usuarios potenciales (de 18 a 24 años residentes en zonas urbanas) en paralelo se realizará esfuerzos con el apoyo empresarial, gubernamental y de planteles educativos, para llegar a zonas rurales dónde existe un menor nivel de acceso al *e-learning*. Esta segmentación demográfica será enriquecida con encuestas y entrevistas a usuarios que permitirán conocer ulteriormente características psicográficas de cada segmento (sus hábitos de consumo de internet, su actitud frente a la tecnología, etc).
- Clientes de Claro: Claro en Ecuador cuenta con más de 10 millones de Clientes (entre empresas y usuarios finales) con este público Claro ya tiene puntos de contacto en los call centers, facturas físicas, mailing y puntos de atención al cliente. A través de la Red de Claro, se impulsará el uso de esta herramienta entre sus clientes, a cambio de programas de puntos,

descuentos y premios especiales de acuerdo a la frecuencia de uso y finalización de cursos.

Plan de acción a partir de etapas:

Etapas 1 – Duración: 1 mes

En esta etapa se realizará una justificación técnica del proyecto frente a directivos, una extensa socialización interna, así como la conformación del grupo de trabajo: voceros, capacitadores. El propósito de esta etapa es que el público interno de la compañía (2600 familias) conozca a la perfección la herramienta, la utilice y la recomiende.

Para este fin se utilizará las siguientes herramientas de comunicación:

- Investigación de mercado: para determinar la imagen y posicionamiento de Claro en el ámbito de Responsabilidad Social antes del lanzamiento del proyecto.
- Eventos: charlas, dinámicas y capacitaciones
- Publicaciones en revistas, Mailing, Cartelera e Intranet.
- Encuestas a los empleados: Para determinar la comprensión del mensaje y la herramienta
- Definición de voceros y capacitadores
- Media training (capacitación en técnicas y habilidades para comunicarse de forma efectiva ante medios y audiencias grandes) para voceros
- Programa de recompensas: Se lanzará un programa por medio del cual se establecerá recompensas económicas y laborales a aquellos usuarios que usen la herramienta con mayor frecuencia y que la recomienden a familiares y amigos.

Etapas 2 – Duración: 2 meses

En esta etapa se socializará del proyecto de cara a los públicos con los que se establecerá alianzas estratégicas: gobiernos, planteles educativos, proveedores tecnológicos y sector empresarial. El propósito de esta etapa será conseguir una amplia coalición académica, empresarial y gubernamental que promueva y facilite el uso de la herramienta “Capacítate para el empleo” multiplicando exponencialmente los recursos.

Con este fin se utilizará las siguientes herramientas de comunicación:

- Exposición del proyecto
- Rondas de negociación
- Charlas de capacitación
- Marketing Directo: Se entregará un folleto con un resumen ejecutivo que incluya la justificación, importancia y alcance de este proyecto

Todas las organizaciones que formalicen su colaboración con el proyecto serán recompensadas con exposición mediática en la etapa 3.

Etapas 3 – Duración: 6 meses

Una vez que se ha definido claramente todos los recursos con los que cuenta este proyecto (zonas de wifi gratuita, centros de capacitación gratuitos, donaciones de dispositivos, proyectos de inserción laboral, descuentos en compras de laptops y tablets, personal de trabajo). El equipo del trabajo de este proyecto deberá organizar la información a modo de proyecto y trabajar con una Agencia de Publicidad con el propósito de lanzar una campaña de publicidad que busque impactar al usuario final. En este punto se podrá tener un presupuesto claro de la campaña de comunicación. El propósito de esta etapa será impactar de forma masiva a la ciudadanía con el fin de que conozcan y utilicen la herramienta.

Las herramientas de comunicación a utilizar en esta etapa serán:

- Investigación de mercado: Identificar las necesidades laborales por zona y comunicar sobre cursos del programa enfocados al sector geográfico.
- Spots de Televisión, videos para Internet y Redes Sociales
- Cuñas de Radio
- Plan de Pauta en Internet y Redes Sociales
- Uso de líderes de opinión (influenciadores) en redes sociales para que compartan información sobre el proyecto. Estos podrán ser: personajes de pantalla, twiteros con un alto número de seguidores y Youtubers (usuarios de youtube que suben videos con un altísimo nivel de vistas y comentarios; ellos facilitarán una llegada efectiva al segmento de 16 a 20 años)
- Activaciones en centros educativos
- Charlas y talleres de capacitación
- Boletines de prensa: enviados de manera periódica a los medios con novedades, testimonios de éxito, estadísticas de uso, etc.
- Ruedas de prensa en la que se convoque a distintos medios para el lanzamiento del proyecto.
- Rondas de medios (visitas a distintos canales de televisión y estaciones de radio con el vocero del proyecto)
- Concursos para redes sociales
- Concursos para clientes de Claro
- Menciones (en las que se muestre a un personaje usando la herramienta) en los programas de TV de mayor rating

Luego de ejecutado el plan de acción se realizará una **evaluación de resultados**, la misma permitirá tener claro el verdadero impacto que tuvo el proyecto y si se alcanzó los objetivos cumplidos. Para realizar esta evaluación se utilizará las siguientes herramientas:

- Investigación de mercado: para determinar la imagen y posicionamiento de Claro en el ámbito de Responsabilidad Social después del proyecto.

- Cuantificación de la cobertura mediática obtenida (espacios y publicaciones en medios) por la gestión de Relaciones Públicas. Esta cifra demostrará el retorno sobre la inversión en Relaciones Públicas.
- Efectividad de la campaña publicitaria: De acuerdo a Julhino Andrade, Director de Medios de la Agencia Rivas Young & Rubicam Ecuador, entre las herramientas para analizar qué tan efectiva fue una campaña se puede considerar: el alcance (cantidad de personas impactadas por un mensaje publicitario), la frecuencia (cantidad de veces promedio que cada persona fue impactada por el mismo mensaje publicitario) y el tracking publicitario (estudio cuantitativo que analiza el nivel de recordación de una campaña y qué se entendió de la misma). Para productos de consumo masivo (categoría en la que ingresa el proyecto) el rango de alcance efectivo es del 65-80%, y un nivel de frecuencia adecuado es de 3 a 15 impactos por mes.
- Efectividad de la campaña digital: Para analizar la efectividad en la pauta medios digitales se debe evaluar el alcance, la frecuencia, los clicks (que le han dado a la pauta) y una de las métricas más importantes es la tasa de conversión (cuántas personas que ingresaron a la página completaron la acción de inscribirse a los cursos).
- Análisis de métricas en la página web: Dentro de un sitio web aparte del home hay muchas otras subpáginas, en términos de métricas las subpáginas de un sitio web se llaman páginas. Se puede evaluar la cantidad de páginas vistas, tiempo promedio en cada página, la tasa de rebote (porcentaje de visitantes que llegan a la web, no les interesa y se van a otra dirección o cierran la ventana), así como el origen de los visitantes ya sea por tráfico directo (quienes escribieron el url), tráfico pagado (a consecuencia de pauta), tráfico de búsquedas (quiénes llegaron a través de buscadores)
- Alcance de acciones offline: En cada charla y capacitación se deberá cuantificar la cantidad de personas impactadas y llevar un registro con el fin de poder hacer un informe al cierre de las actividades.
- Resultado de alianzas estratégicas: se evaluará los resultados de cada una de las gestiones realizadas a saber:
 - Cantidad de centros educativos disponibles para capacitación gratuita
 - Cantidad de laptops y tablets donadas
 - Cantidad de zonas de WIFI gratis inauguradas
 - Cantidad de plazas de trabajo generadas por la capacitación online

Con estos elementos de juicio se podrá conocer la efectividad de las acciones realizadas, los mismos que se plasmarán en un informe que será publicado en el diario de mayor tiraje a nivel nacional.

En caso de que la organización decida tomar en consideración esta propuesta de plan estratégico de Relaciones Públicas, se podrá cumplir de una manera cuantificable uno de los objetivos esenciales de Claro en Ecuador: reducir la brecha digital.

CONCLUSIONES

Analizar las cifras de desempleo y nivel educacional, y cotejarlas con las estadísticas de alfabetización digital, penetración de Internet y acceso a TICs permite comprender la especial relevancia que cobran formas alternativas de educación como el e-learning. El potencial de impacto socio-económico de los cursos gratuitos en línea de “Capacítate para el trabajo” descubre a este proyecto como una herramienta de cambio para la sociedad, de ahí la importancia de socializarlo efectivamente.

Al revisar la bibliografía se puede observar que el propósito de las Relaciones Públicas tiene el trasfondo social de humanizar a la empresa, volverla consciente de la necesidad de alinear sus intereses con los de sus públicos y asumir una corresponsabilidad por las necesidades y desigualdades de su entorno. La Responsabilidad Social de una empresa debe ser encarada con un propósito evidente y con el mismo nivel de rigurosidad, en términos de planificación estratégica, que cualquier proyecto de comunicación.

Al momento de desplegar todos los conocimientos teóricos en un plan de Relaciones Públicas con propósitos precisos, públicos objetivos bien definidos y un plan de acción enfocado, se puede comprender que en proyectos de responsabilidad social el profesional de las relaciones públicas cuenta con todas las herramientas para llevar una iniciativa de bien público a proporciones nacionales e internacionales, al final de esta aventura social se podrá evaluar los resultados y llevar un vasto aprendizaje que permitirá consolidar los futuros pasos profesionales.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, J. (2016, abril 9) *Estadísticas de educación online en el mundo según Coursera [Infografía]*. Eju. [En línea], Español. Disponible: <http://eju.tv/2016/04/estadisticas-de-educacion-online-en-el-mundo-segun-coursera-infografia/>
- Arcotel. (2015, Noviembre) Boletín estadístico No. 6 del Sector Telecomunicaciones Consultado: [12, marzo, 2016] En: <http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2015/11/Boletin6.pdf>
- Armijos, A (2014, diciembre 28) *Conecel (Claro) en el mercado ecuatoriano*. Universidad San Francisco de Quito. [En línea], Español. Disponible: <http://capsulasnegocios.usfq.edu.ec/2015/02/2812-conecel-claro-en-el-mercado.html>
- Barquero, J.D. y Barquero, M., (2005), *Manual de Relaciones Públicas empresariales e institucionales* (4ª ed.), Barcelona, España: Ediciones Gestión 2000.

Claro, (s. f.). En Wikipedia. Recuperado el 20 de mayo de 2016 en:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Claro>

El Universo (2015, mayo 20) *46% de la población tiene acceso a internet*. [En línea],
Español. Disponible:
<http://www.eluniverso.com/noticias/2015/05/20/nota/4892016/46-poblacion-tiene-acceso-internet>

Fuentes F. (s. f.). *Aproximación a la lectura La miopía en el Marketing*. [En línea].
Consultado: [16, mayo, 2016] En:
<http://www.ugr.es/~ffuentes/La%20miopia%20en%20el%20marketing.pdf>

Fundación Carlos Slim, (s. f.). En Wikipedia. Recuperado el 20 de mayo de 2016 en:
https://es.wikipedia.org/wiki/Fundaci%C3%B3n_Carlos_Slim

Fundación Carlos Slim (2013, enero 14) *Alianza Fundación Carlos Slim y Khan Academy*. [En línea],
Español. Disponible:
http://www.carlosslim.com/responsabilidad_kahan.html

Index Mundi (2015). Ecuador distribución por edad. Consultado: [12, marzo, 2016]
En: http://www.indexmundi.com/es/ecuador/distribucion_por_edad.html

INEC (2013, Mayo). *Mujeres y hombres del Ecuador en Cifras*. [En línea] Quito.
Consultado: [12, mayo, 2016] En: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Socioeconomico/Mujeres_y_Hombres_del_Ecuador_en_Cifras_III.pdf

INEC (2010, Agosto) Censo de población y vivienda, capítulo: educación. [En línea]
Quito. Consultado: [12, mayo, 2016] En:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones/capitulo_educacion_censo_poblacion_vivienda.pdf

INEC (2013, Diciembre). Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TICs) 2013. [En línea] Quito. Consultado: [12, mayo, 2016] En:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf

ONU (2002). Cumbre mundial sobre el desarrollo sostenible. [En línea]
Johannesburgo: ONU, p.32. Consultado: [20, mayo, 2016] En:
<http://www.embajada-sudafrica.cl/download/WSSD.pdf>

Orozco, M. (2016, abril 15) *El desempleo en Ecuador aumentó al 5,7% en marzo del 2016*. El Comercio. [En línea], Español. Disponible:
<http://www.elcomercio.com/actualidad/desempleo-ecuador-aumento-economia.html>

Sivas, R. (2012, Septiembre) Revista e-analisis del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Consultado: [12, marzo, 2016]. En:
<http://www.inec.gob.ec/inec/revistas/e-analisis5.pdf>

Unión Europea (2001). Libro Verde de la Unión Europea. [En línea] Gotemburgo.
Consultado: [16, mayo, 2016] En: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=URISERV%3An26034>

Wilcox, D.L, Cameron, G. T., Ault, PH. y Agee, W., (2006), *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas* (8ª ed.), Madrid, España: Pearson Educación

021. ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN CORPORATIVA, CASO: CENTRO DE TRATAMIENTO PARA ADICCIONES (CENTRADI)

Autores:

Lic. Heyen Elizabeth Chang Rivera

Licenciada en Comunicación con Énfasis en Relaciones Públicas Universidad Tecnológica ECOTEC

hchangrivera@gmail.com

MSc. José Omar Villavicencio Santillán

Licenciado en Comunicación Social, Magister en Diseño Curricular por competencias (Ecuador). Profesor de la Facultad de Marketing y Comunicación en la Universidad Tecnológica ECOTEC, Samborondón.

jvillavicencio@ecotec.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación se refiere a la implementación de estrategias comunicacionales para fortalecer la imagen corporativa del centro de tratamiento para adicciones (CENTRADI). Cabe destacar que el desarrollo organizacional es la base principal para la concepción de empresas e instituciones, esto permite un mejor desempeño en caracteres de comunicación interna y externa que evoca la identidad e imagen de las mismas, tomando en cuenta que la imagen corporativa es el conjunto de características y cualidades que los públicos le atribuyen a una compañía. El presente artículo resalta las cualidades de las estrategias comunicacionales, ya que, siendo parte del plan y campaña de comunicación, su función como elemento aislado de ambas no minimiza su efectividad en el campo de acción, como estrategia definitiva antes problemáticas delimitadas en concepción de imagen mas no de identidad. El objetivo del presente artículo es fortalecer la imagen corporativa del centro de tratamiento para adicciones (CENTRADI) a través del diseño de estrategias comunicacionales que permitan posicionarla en la mente de sus públicos objetivos.

Palabras Claves: Estrategias comunicacionales, Fortalecimiento, Imagen Corporativa

SUMMARY

This investigation concerns the implementation of communication strategies to strengthen the corporate image of addictions treatment center (CENTRADI). Notably organizational development is the main basis for the conception of companies and institutions, this allows better performance characteristics of internal and external communication that evokes the identity and image of the same, taking into account that the corporate image is the set features and qualities attributed to public company. This article highlights the qualities of communication strategies because,

being part of the plan and communication campaign, its function as isolated from both element does not diminish its effectiveness in the field of action as definitive strategy identified above problem in view of image but not identity. The aim of this article is to strengthen the corporate image of addictions treatment center (CENTRADI) through the design of communication strategies to position it in the minds of its target audiences.

Keywords: Communication strategies, strengthening, Corporate Image

INTRODUCCIÓN

La imagen corporativa aporta positivamente a una empresa, ya que con la elaboración y diseño de herramientas graficas se logra implantar o posesionar esa imagen en la mente del público objetivo, estos parámetros no solo se enfocan en grandes o pequeñas instituciones, ni tampoco se determinan por producto o servicio, se definen con una cultura de desarrollo constante que involucra tanto a dueños y colaboradores, como es el caso de los centros de rehabilitación para adicciones. Son instituciones que plantean la creación de una imagen organizacional por medio de elementos gráficos propios y la utilización de la publicidad tradicional de boca en boca, con el fin de obtener reconocimiento y mejor difusión de sus actividades y servicios a sus públicos como es el caso de CENTRADI.

El objetivo del presente artículo es fortalecer la imagen corporativa del centro de tratamiento para adicciones (CENTRADI) a través del diseño de estrategias comunicacionales que permitan posicionarla en la mente de sus públicos objetivos.

El enfoque de la presente investigación es dual , para el desarrollo de la temática se plantearon dos herramientas de recolección por su enfoque , como lo son, la encuesta que fue dirigida a sus dos públicos objetivos principales, que son familiares y pacientes los mismos que permitirán conocer su percepción de la institución y el grado de posicionamiento de la misma en ellos, la entrevista que fue planteada al director de CENTRADI para conocer la referencia organizacional interna y la distribución de su imagen a través de las actuales herramientas o técnicas existentes por parte de la misma.

1. Comunicación Corporativa, imagen e identidad

Se denomina como Comunicación corporativa a la totalidad de los recursos comunicacionales con los cuales dispone una organización para llegar efectivamente a sus públicos, es decir la comunicación corporativa es todo lo que la entidad dice sobre sí misma, se podría resumir con la siguiente frase “Hacer las cosas bien, y darlas a conocer”. (Capriotti, 1999, p. 30)

Para dar a conocer a los públicos lo que la entidad hace o realiza se utiliza la demostración por medio de los productos, servicios y actividades lo que implica tener una imagen corporativa formada para lograr un desempeño superior, es decir que la Imagen corporativa es el conjunto de significados que una persona asocia a

una organización, o a su vez las ideas utilizadas para describir o recordar dicha empresa, Dowling (1994) define la imagen corporativa como “La impresión total (creencias y sentimientos) que una organización genera en la mente de los públicos”(p.7).

No se puede hablar estrictamente de imagen corporativa, sino más bien de imágenes corporativas, ya que las mismas están conformadas por las percepciones, impresiones y experiencias de un conjunto muy variado de personas. Por tanto, el manejo y análisis de la imagen corporativa puede llegar a ser algo enormemente complicado, pues además de estos componentes afectivos o emocionales tan intangibles, se presenta en muchas ocasiones una heterogeneidad constituida por elementos casi irreconciliables.

Es imposible plantear una percepción total y global de la empresa, por lo que la imagen debe basarse necesariamente en fragmentos. Una buena práctica de esta fragmentación es la posibilidad de que sobre una organización se proyecten distintos tipos de imágenes: la imagen de la empresa, la imagen de la marca y la imagen del producto.

La imagen de la empresa se refiere a la imagen institucional de la organización; la imagen de marca sería el conjunto de signos visuales y verbales que se elige para identificarse, signos que representan a dicha organización en la mente de los públicos; y por último la imagen de producto hace referencia al lugar que ocupan los productos y servicios que ofrece dicha organización frente a otros que puedan existir en el mercado.

La formación de la imagen corporativa es una fase larga y compleja. Como todo proceso la creación de una imagen en este caso la corporativa es el resultado de la comunicación que tiene la empresa a través de su acción cotidiana, por lo tanto, en su formación cada persona obtiene información sobre esta organización, estos atributos se procesan y se crea una estructura mental en la memoria generando así una imagen de esa entidad en la mente de los públicos.

Como señala Capriotti (1999) “Se pueden distinguir tres fuentes de información que intervienen decisivamente en la construcción de la imagen: los medios de comunicación masivos, las relaciones interpersonales y la experiencia personal. Las dos primeras fuentes son indirectas y la tercera es directa” (p. 30 – 33).

Desde esta perspectiva, se puede decir que los medios de comunicación masivos hoy en día son una herramienta persuasiva ya que existe una diferencia entre los mensajes comerciales realizados por la organización y las noticias, es decir, aquella información que los públicos reciben influye de alguna manera sobre las personas, por esta razón los medios de comunicación masivos se han convertido en una institución privilegiada para elaborar y difundir información que sin duda determinan la imagen de las organizaciones ya que pueden lograr modificaciones en los modelos de vida y en las elecciones para el consumo.

Otro factor importante son Las relaciones interpersonales que pueden llegar a tener más influencia en la formación de imágenes en comparación a los medios de comunicación, ya que se refuerzan actitudes preexistentes. En este ámbito las relaciones personales como fuente de información se destaca la influencia de los

grupos de referencia y la de los líderes de opinión. El grupo de referencia determina la conducta del individuo, ya sea porque éste acepta su información como evidencia de la realidad o porque utiliza los valores del grupo como pautas normativas para su propio comportamiento.

La experiencia personal es sin duda la fuente de información más decisiva en la formación de la imagen de una organización. Esta fuente proporciona un detalle de primera mano, aunque es cierto que su influencia y su uso pueden estar mediatizados por cualquiera de las dos fuentes anteriormente descritas. La experiencia personal puede ser directa, como cuando hay un contacto no mediado con personas que pertenecen a la organización o con la empresa como institución (por ejemplo, a través del servicio de atención al cliente o participando en un acto organizado por la empresa), o indirecta cuando esa experiencia está relacionada con el consumo o uso de productos y servicios o con la observación del comportamiento de la organización en el ámbito del patrocinio (Capriotti , 2013).

“Para la organización, la imagen corporativa se vuelve un elemento estratégico y un principio de gestión” (Villafañe, 2004, p. 36). Desde el punto de vista organizativo la imagen corporativa está relacionada con las operaciones cuyo fin es crear determinadas expectativas en los públicos, siendo esta un reflejo de la identidad cuyo destino final es determinar la reacción de los individuos de manera positiva para la empresa.

2. Públicos y su incidencia en el desarrollo de las organizaciones

Se puede definir a los públicos como un número determinado de individuos los cuales se hallan en situación de mutua integración y relativamente duradera, es decir es el conjunto de miembros de un grupo social, sin estar necesariamente unidos físicamente, los cuales reaccionan ante un estímulo común. Los grupos objetivos de demanda pueden ser clasificados en primarios, que son aquellos en los que existen relaciones estrechas, en las que el componente afectivo es un elemento fundamental (como la familia, amigos); y los secundarios los cuales se establecen en base a los intereses de cada individuo, siendo las relaciones entre miembros menos íntimas. (Capriotti , 1992, p. 34 - 36)

En la comunicación de empresa, se estudian y analizan la opinión de los públicos, ya que en estas se reflejan o se expresan la imagen que tienen de la organización.

Las corporaciones no son la única forma de organización que genera este tipo de imágenes, los gobiernos, las organizaciones caritativas, las organizaciones religiosas, políticas o educativas, todas tienden a tener una imagen única, una imagen que sea parcialmente auto-creada ya que deben ser indetificadas y diferenciarse del resto (Domínguez, 2010, p. 50-60).

Dentro de la comunicación existen diversas herramientas que tienen un fin asociativo e informativo, que bien utilizadas pueden aportar importantes ventajas competitivas adaptándolas al grupo objetivo del servicio. Se debe establecer que comunicar, es decir, lo que se va a decir, lo que se busca transmitir a los públicos de

forma creativa y diferenciada, los mensajes creados de manera voluntaria, directa y organizada, acerca de todas las actividades que la entidad realiza.

Cada manifestación comunicativa de la entidad se lo puede considerar como elementos de información para los individuos receptores. Lo que los públicos piensan es el resultado de la comunicación, de la experiencia adquirida y de la experiencia de los demás con la empresa. (Capriotti , 1999, p. 33)

La determinación adecuada de las formas comunicativas por medio de las cuales se expresa una organización, facilita la identificación y selección de actividades y medios para comunicar el perfil y la imagen organizacional de manera acertada.

La conformación de una serie de actos comunicativos implica una planeación, un orden, un principio de interés, de disposición, de intercambio y de compartir información.

Las organizaciones en su necesidad de interacción con los públicos, desarrollan métodos para las relaciones, en donde el grado de complejidad depende de la cantidad y calidad de eventos, personas y situaciones involucrados. Para diseñar una estructura informativa la cual tenga como finalidad lograr conexiones exitosas, es necesario planear una estrategia de comunicación.

3. Estrategias Comunicacionales, estructura y aplicabilidad

Podemos entender el término estrategia como una serie de acciones, programadas y planificadas, que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos, lleva un principio de orden, de selección, de intervención, sobre una situación establecida, operativamente, la estrategia parte de la realización de ciertos objetivos, de principios rectores que coordinen la puesta en marcha de una gran diversidad de acciones que permitan llegar a las metas deseadas.

Una estrategia Comunicacional comprende una estructura clara, sencilla y competitiva, la misma que debe constar de una definición del producto o servicio, objetivo de la comunicación, un grupo específico, beneficio sea primaria y secundaria, una razón de respaldo, posicionamiento, personalidad de la marca, un tono y manera.

El objetivo del mensaje en las estrategias creativas es que la información genere emociones, cambie actitudes, ayude a establecer una identidad y asociación con la marca donde la finalidad es estimular la compra, o alguna acción logrando el reconocimiento y recordación para crear atención con conciencia e interés.

Diseñar una estrategia de comunicación es tratar y resolver los problemas a nivel de la institución, se debe tener claro los enfoques de comunicación que se refieren en la manera de usar las técnicas, los métodos y los medios de comunicación para tratar temas específicos de la forma más efectiva. La selección de los medios de comunicación y los enfoques es una etapa crucial en el diseño de una estrategia de comunicación, porque es cuando comienza la intervención de comunicación. Hay preguntas importantes en esta etapa: ¿Cuáles canales y medios se deberán

utilizar?, ¿Qué información se deberá considerar?, ¿Qué materiales se deberán producir?

Es importante apuntar que la manera de utilizar los materiales, las técnicas y los métodos, podría tener una gran influencia en los resultados finales. Los enfoques y los modos de comunicación ayudan a determinar la dirección de la comunicación (promover, educar, informar, etc.) para obtener mejores resultados.

El desarrollo de las estrategias de comunicación no se debe limitar al reto de diseñar mensajes apropiados y efectivos. No todos los cambios deseados pueden ser estimulados por los mensajes.

Algunas situaciones requieren una intervención más interpersonal. El alcance del diseño didáctico es entregar a la comunidad o a los grupos interactivos seleccionados características determinadas de la organización o empresa donde se la aplica para que pueda posesionarse de manera más clara en la percepción de cada uno de los públicos existentes (Kamlongera, 2008).

Estas herramientas comunicacionales permiten conocer su función y aplicación acertada ante una determinada problemática que aflige a una organización, empresa o institución. El planteamiento de las mismas dependerá mucho de la necesidad organizacional teniendo presente que son opciones y no camisas de fuerza, lo que permite la unificación o planteamiento mixto de las mismas si es de requerimiento y necesidad.

Las estrategias de comunicación son utilizadas con el fin de comunicar adecuadamente a sus diversos públicos, por medio de ellas se pueden orientar los esfuerzos de la organización para desarrollar una identidad corporativa. Es un proceso de gestión (identificación, estructuración y comunicación) de los atributos propios de identidad para crear y mantener vínculos relevantes con sus públicos. (Capriotti, 2009, p. 45)

La definición de estas estrategias gira en torno de los Centros de Tratamiento para adicciones y, en su caso específico que es el instituto CENTRADI con la intervención de esta herramienta para el fortalecimiento de la imagen corporativa.

4. Análisis del objeto de estudio (CENTRADIS) a través de las herramientas de recolección

A través de la entrevista con el director Guillermo Robalino Rodríguez Director de la institución se desprendieron aspectos fundamentales de CENTRADI, desde su misión y visión cómo organización, así como la lucha constante que brindan a través de su proceso de adaptación y reinserción de los adictos.

Para Robalino, el problema de consumo, dependencia de alcohol y drogas es una problemática que ha ido avanzando progresivamente en nuestro país, en la actualidad, el adicto es una persona enferma que carece de los recursos personológicos necesarios para afrontar los conflictos que se le presentan en su vida cotidiana, una persona desvalorizada que sufre el rechazo de la sociedad, la marginación de su familia y pérdida de sus facultades de voluntad, es guiado por su compulsión mental y un deseo irrefrenable de consumir lo cual lo convierte en un ser

impotente al intentar dejar de consumir, sufre internamente al vivir su deterioro pero es incapaz de parar solo.

La percepción que tiene la población de la rehabilitación de las personas drogodependientes tiende a simplificar demasiado la magnitud de la problemática. No hay un remedio rápido y sencillo para detener la drogodependencia, se trata de un problema de salud crónico y al igual que con otras enfermedades crónicas, las personas afectadas son vulnerables durante toda la vida y necesitan tratamiento de forma prolongada y continúa.

El centro de Tratamiento para adicciones CENTRADI nació en Guayaquil el 24 de julio de 1997, tras la iniciativa de su director quien es motivador y conferencista en prevención de drogas y orientación familiar, el mismo que al observar la problemática de los diferentes sectores de la época se propuso formar una organización que recogiera las expectativas y necesidades de la sociedad inmersa en la problemática psico-dependiente (familiares y pacientes). Creando así una Institución dedicada a la ayuda de personas con problemas adictivos a sustancias y estupefacientes (drogodependientes) y con trastornos de conducta.

En los últimos años este tratamiento ha obtenido una efectividad del 50%, es decir alrededor de 1500 personas lograron una recuperación definitiva. Tomando como referencia la base de datos y el seguimiento que dispone la institución por parte de su fundador para medir el grado de certeza y acción del mismo.

Como ejemplo de recuperación por parte de la institución se pueden comentar los casos de Pablo Hannibal Vela Córdova, quien se caracterizó como comentarista deportivo identificado como el “El Rey de la Cantera” quien logro mantenerse 20 años en recuperación gracias al tratamiento recibido en CENTRADI, otro de los personajes reconocido por sus trabajos en programas de farándula es Carlos José Matamoros Icaza, conocido como “El Paparazzi”, quien en la actualidad cumple 18 años sin el consumo de drogas.

Pero todo esto se ha visto afectado, debido a los diversos cambios de domicilio dados en los últimos 5 años del instituto CENTRADI, volviéndolo inestable, y logrando que su imagen corporativa se vea afectada por la falta de posicionamiento en la mente y percepción de sus públicos, entre los cuales la institución tiene a las personas con trastornos de dependencia, familiares y a los que luego de su proceso de internamiento acceden a visitas voluntarias para compartir experiencias y fortalecer su voluntad en su decisión de cambio .

Bajo estas prerrogativas se plantea que para lograr el fortalecimiento de la Imagen Corporativa de CENTRADI implica un trabajo de análisis y reflexión sobre la problemática que tiene la institución, por lo tanto, se debe definir ¿Qué hacer? Y ¿Cómo?

Dentro de las herramientas de recolección de información, se utilizó la encuesta, la misma que fue aplicada a sus dos públicos objetivos principales, que fueron 18 pacientes que mantienen su tratamiento en la actualidad y sus correspondientes familiares en total se aplicaron 36 encuestas, para conocer la percepción de la imagen corporativa que tienen de CENTRADI. Las encuestas arrojaron valiosa información de cuáles son las problemáticas emergentes que se observan dentro de

la institución para su mejor difusión y desarrollo, entre ellos se resaltan los siguientes puntos:

La poca o escasa publicidad por parte de CENTRADI, ya que la mayoría accedió a la clínica por alguna referencia personal o familiar, y no por ningún tipo de piezas visuales o audiovisuales.

Los servicios o atenciones no fueron explicados a través de ningún material impreso, digital o vía correo electrónico, simplemente de boca a boca.

La ausencia de canales de difusión, acerca de sus actividades, servicios o proyectos que permitan la reintegración de sus pacientes, no permite un constante seguimiento y compromiso como clientes con la institución.

La poca o nula identificación acerca del logo, ya que la mayoría afirmó desconocer de su significado o presencia.

La mayoría de encuestados expuso que les gustaría que exista más difusión a través de folletería, medios tradicionales (Televisión, radio, prensa escrita), hojas volantes y redes sociales que les permitan observar las diferentes charlas y actividades que realiza la institución, ya que sienten mucha afinidad y agradecimiento por el servicio brindado.

5. Análisis de los resultados y planteamiento de las estrategias comunicacionales de fortalecimiento externo

Ante la falta de estos recursos de difusión y canales de información por parte de la entidad, se define que para el mejoramiento de la imagen corporativa se deben plantear el diseño de estrategias comunicacionales, como la acción más efectiva y direccional de la problemática presentada por CENTRADI, ya que un plan de comunicación es una extensión amplia de elementos y parámetros, que estructura más la parte interna y que evoca la perspectiva de identidad; a diferencia de la campaña de comunicación la cual es aplicable a una sola problemática que se desarrolla en torno a toda su planificación. Las estrategias de comunicación aunque se derivan de la estructuración de una planificación comunicacional y dentro de la ejecución de una campaña, se plantean como acciones directas y ejecutables para resolver varias problemáticas o dificultades que se concatenen entre sí, que puede presentarse como una célula independiente o codependiente de un plan o campaña comunicacional, dentro de una misma organización sin necesidad de que la misma se vea afectada, tal es el caso de CENTRADI, en la cual su problemática es visible a través de la parte comunicativa que no evoca su imagen por los diferentes medios, canales y publicaciones informativas, es por eso que la acción más efectiva de carácter comunicacional es el planteamiento de estrategias para el desarrollo y posicionamiento de la imagen corporativa de la misma.

Para la Implementación de estas estrategias debemos definir elementos de comunicación gráfica que nos servirán para fortalecer la organización con una renovación de su imagen corporativa, según Kotler (2014) “Vivimos en un mundo de lento crecimiento y ante esto, las empresas no deben permanecer inmóviles, sino todo lo contrario deben estar en constante renovación e innovación” (p. 20).

6.- Estrategia comunicacional R.I.D

Dado que CENTRADI desde su estructura organizacional no ha contado con área o departamento de comunicación, esta función específica la ha desarrollado el mismo director Guillermo Robalino, quien durante este tiempo ha intentado dar a conocer la institución con entidades públicas y privadas. Por esta razón y luego de la investigación y el análisis respectivo, se plantea la siguiente estrategia: “Rediseño, Implementación, Difusión”. La misma que consta de tres fases o momentos que al final cumplirán el objetivo esperado que es fortalecer la imagen corporativa del centro.

La fase de rediseño parte de un diagnóstico inicial que se realizó mediante la encuesta aplicada a los familiares y pacientes de la institución y de la revisión de documentos encontrados en la institución con sus respectivas reseñas en internet. Como estrategia de esta fase, se considera importante el rediseño de la imagen corporativa de CENTRADI; el cambio de logotipo será la principal acción y se debe a que su diseño actual no evoca la visión del Centro, y no es parte de la identidad y cultura organizacional. Esta acción es respaldada por el director, quien en la entrevista manifestó la necesidad de este cambio, ya que esto permitirá refrescar la imagen y que el cambio sea percibido como el compromiso de CENTRADI con la sociedad, de su compromiso con el público interno de innovar y renovarse.

La propuesta para el rediseño del logo es utilizar los mismos elementos anteriores, realizando la renovación con efectos modernos que transmitan esperanza y un nuevo comienzo, siendo representados a través de un ave blanca que asocia el símbolo de libertad que se desea conseguir, el sol y el mar que son dos de los complementos primordiales de la existencia del ser humano, elementos con los cuales se busca comunicar junto con su slogan, que CENTRADI te puede ayudar a ser libre nuevamente, sin tener la atadura de la adicción.

En la siguiente fase, para la implementación del logo se propone la creación de un manual de imagen corporativa ya que dentro del material de comunicación se emiten permanentemente piezas como facturas, recibos, cotizaciones etc. Estas piezas son portadoras y transmisoras de la imagen de la empresa, por tal motivo se debe mantener los diseños.

Por otro lado, debido a la poca presencia de material informativo, es necesario el diseño de Trípticos funcionales, que serán dirigidos para dos de sus públicos objetivos: familiares y pacientes donde se podrá mostrar la información de interés para cada uno. El material dirigido a los familiares se lo propone con el objetivo de despejar dudas sobre las drogas y su existencia, utilizando un mensaje sencillo para lograr su comprensión, también se busca persuadir ante la importancia de la familia en este proceso de recuperación. Por otro lado, el dirigido a los jóvenes o futuros pacientes busca crear conciencia mediante un análisis propio, contestando un test para conocer si se tiene un problema de adicción o no.

Finalmente, en la fase de difusión, se encontró que CENTRADI carece de canales de comunicación que permitan mostrar el servicio que la institución ofrece, la comunicación externa se debe mejorar desde la creación de la página web, donde

se pueda retroalimentar de información actualizada, para que el público pueda conocer lo que CENTRADI hace a diario. Más aun, teniendo en cuenta que entre sus públicos objetivos se encuentran los familiares, quienes desean conocer la evolución y mejora del estado de salud de su interno, y también los pacientes recuperados que desean mantener contacto con la institución que los ayudo a mejorar su estilo de vida, e incluso convertirse en sus voceros como testimonio de éxito.

Por esta razón, es importante establecer un plan de medios, en el que se busque el acercamiento con los programas dirigidos a la familia. Posteriormente, se debe trabajar en fortalecer los lazos con los medios de comunicación seleccionados a partir de la cantidad y calidad de la información, disposición y acceso al público.

Considerando la importancia de las plataformas digitales en la gestión de la comunicación institucional, se propone realizar publicaciones en las redes sociales de la institución a través de sus canales de Facebook e Instagram y, su plataforma de YouTube mostrando y posicionando el nuevo logo a través del hashtag #Micasaescentradi #Yosoycentradi. Con esto se busca motivar a los públicos objetivos hacia un cambio de estilo de vida y afianzar el compromiso adquirido con la institución.

Para lograr el posicionamiento de la marca "CENTRADI" se implementará material POP (Point of Purchase/ Punto de compra) realizando diseños de tazas, plumas, calendarios, gorras y camisetas, de manera interna y externa de la institución, logrando que pacientes y familiares se identifiquen con la institución y puedan transmitir el mensaje intrínseco que se trata de manifestar a través de las redes sociales que es #Micasaescentradi #Yosoycentradi como sentido de pertenecía y orgullo hacia la institución. La implementación de Roll Up's para destacar el logo en eventos y actividades que permitan fomentar la institución con sus diversas redes y plataformas.

Las relaciones públicas son un factor generador de la imagen corporativa, tiene que ver con el manejo de las relaciones de la empresa con su entorno laboral y colaborativo para diversas alianzas o convenios para proyección de la misma; desde este espacio es posible agilizar la gestión social y comercial a través del mantenimiento de vínculos que faciliten la interacción, y participación en diferentes eventos que estén ligados a la rehabilitación y prevención como ferias, conciertos, charlas en colegios y todo tipo de ocasiones en las cuales el público objetivo tenga participación. Un espacio propicio para la presentación de la imagen corporativa, como factor de posicionamiento, son acciones de mantenimiento y acompañamiento que el mercado y que el público retribuye con creces.

Mantener una buena imagen corporativa a través de su constante desarrollo organizacional propicia que la empresa u organización, esté preparada por los diversos cambios que se presentan en concepción de competencia y mejoras.

Lograr una imagen positiva que propicie credibilidad y confianza, mediante canales de comunicación seleccionados y elementos gráficos permitirán el posicionamiento en la mente de los públicos objetivos, así como la reestructuración y reinserción de la imagen institucional a través de diversos canales informativos,

tecnológicos y de posicionamiento impreso, para fortalecer y crear identificación en los públicos actuales y futuros.

La aplicación de esta estrategia comunicacional que se encuentra compuesta de tres pasos rediseño, implementación y difusión permitirá que la institución CENTRADI compita en un mercado que ofrece solo rehabilitación, mas no experiencia, que es el valor agregado que acompaña esta reinserción organizacional en el campo de instituciones, comerciales y publicitadas. Recordando que la periodicidad y renovación de las estrategias ante los diversos cambios sociales, permitirá una mejor captación y posicionamiento de la misma.

CONCLUSIONES

- Se plantea la ejecución de la estrategia comunicacional de “Rediseño, Implementación, Difusión”. La misma que se compone de tres fases cíclicas que al final cumplirán el objetivo de fortalecer la imagen corporativa de CENTRADI.
- Como resultado de la investigación presentada, es factible concluir con la importancia de rediseñar el logotipo de CENTRADI, ya que es una pieza vital de su imagen corporativa, con esto permitirá refrescar la imagen y que el cambio sea percibido como el compromiso con la sociedad y sus públicos.
- Para una implementación adecuada del logotipo se considera importante la elaboración del manual de imagen corporativa, que permitirá mantener la estructura del diseño al momento de la impresión de las distintas piezas graficas que CENTRADI maneja.
- Como parte del material informativo impreso, se plantea la elaboración de trípticos para persuadir e informar a los públicos objetivos de la institución, que son los pacientes y familiares, direccionando su contenido de manera específica para cada uno de ellos.
- La comunicación externa se debe mejorar y fortalecer por medio de la difusión de información y publicación de eventos en sus diferentes plataformas digitales (Facebook, Instagram, Twitter, pagina web) para no perder el interés de los familiares y personas que han logrado salir recuperados de la institución.

Bibliografía

- Aragon, G. d. (2016). *Gobierno de Aragon*. Obtenido de Campana de comunicacion: Generacion de impacto:
http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/05/docs/Areas/ComercioInterior/PlanesLocalesDinamizComerciales/JornadasDinamizadorasComerciales/Cuarta%20jornada/CAMPANAS_COMUNICACION_GENERACION_IMPACTO.pdf
- Augure. (2013). *Campañas y casos de estudio*. Obtenido de Blog de Comunicación y Relaciones Públicas: <http://www.augure.com/es/blog/ejemplos-campanas-comunicacion>
- Balarezo, D. (enero de 2014). *Tesis "La comunicacion organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de l la empresa San Miguel Drive*. Obtenido de repo.uta.edu.ec
- C. BROWN COMPANY PUBLISHERS. (2014). COMUNICACION ORGANIZACIONAL. En *Comunicacion Organizacional* (pág. 98). CUBA: PABLO DE LA TORRIENTE.
- Capriotti, D. P. (1999). *Comunicacion Corporativa*. En *una estrategia de exito a corto plazo* (págs. 30 - 33). España: Tarragona.
- Capriotti, P. (1992). *La imagen de empresa: estrategia para una comunicación integrada*. España: Consejo Superior de Relaciones Públicas de España.
- Capriotti, P. (1999). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Santiago: Grupo Planeta.
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporaivo*. España: Consejo Superior de Relaciones Públicas de España.
- Capriotti, P. (2013). *Instituto de Investigación en Relaciones Públicas*. Obtenido de www.bidireccional.net
- CHAVES, N. (2006). *LA IMAGEN CORPORATIVA* . Buenos Aires: Gustavo Gili.
- Conadic. (2011). *PROGRAMA SISTEMA NACIONAL PARA EL TRATAMIENTO INTEGRAL DE LAS ADICCIONES*. Mexico. Obtenido de www.conadic.gob.mx
- Costa, J. (1977). *La identidad visual*. Barcelona: Ediciones Master.
- Costa, J. (1977). *La imagen de empresa. Métodos de comunicación integral*. Madrid: Iberico.
- Costa, J. (1993). *Identidad corporativa y estrategia de empresa*. Mexico: Trillas.

- Costa, J. (1995). Comunicación corporativa y revolución de los servicios. Madrid.
Obtenido de <http://www.rppnet.com.ar/comcorporativa.htm>
- Costa, J. (2003). *La imagen Corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Costa, J. (2010). *La comunicacion 10 voces esenciales*. Barcelona: Costa Punto Com Editor.
- Costa, J. (2013). Los 5 pilares del branding. En J. Costa, *Los 5 pilares del branding*. Barcelona: CPC.
- Domínguez, D. C. (2010). La cara interna de la comunicación en la empresa. Madrid.
- Dowling, G. (1994). Corporate reputations: strategies for developing the corporate brand. london.
- Edición, M. e. (2016). Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/>
- Feo, R. (2010). *Orientaciones Basicas para el diseno de estrategias* . Mexico: Instituto pedagogicode Miranda Jose Manuel Siso Martinez.
- Garrido, F. J. (2011). *Comunicación de la estrategia*. Ediciones Deusto.
- Gonzalez, R. A. (2001). Estrategias de Comunicacion . España.
- Holmes, P. (1999). La imagen de empresa: el principal activo. . Madrid.
- ILPES. (2003). *Metodologia para la elaboracion de estrategias*. Chile.
- Kamlongera, P. M. (2008). *DISEÑO PARTICIPATIVO PARA UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.
- Kotler, P. (2014). 8 maneras de crecer. Bogota: LID Editorial Empresarial, pag20
- Mella, H. d. (2008). *Analisis de la calidad percibida, imagen corporativa, satisfaccion y lealtad de los clientes de los supermercados*. Santiago: Revista de relaciones laborales.
- Minguez, N. (2013). *Un marco conceptual para la imagen corporativa*. Madrid : Universidad Complutense.
- Octavio Islas y Gabriel Hernandez. (2013). La comunicación en crisis . Mexico: Razon y Palabra.
- Review, U. B. (2010). *Como crear una campaña de comunicacion integrada* . España: Portal Universal .
- Robalino, G. (21 de 3 de 2016). Entrevista CEENTRADI. (H. Chang, Entrevistador)

Salud, O. P. (2005). *Neurociencia del Consumo y Dependencia de Sustancias Psicoactivas*.

Selame, E. a. (1988). *The company image: building your identity and influence in the marketplace*. New York.

Suplemento del Registro Oficial 720, 8.-V.-2. (2012).
REGLAMENTO PARA LA REGULACIÓN DE LOS CENTROS DE. Quito,
Ecuador: Constitución de la República del Ecuador .

Villafañe, J. (1993). *Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas*.

Villafañe, J. (2004). *La buena reputación . Claves del valor intangible*. Madrid: Piramide.

Voragen, M. (18 de 3 de 2012). *Clasesmgs.blogspot.com*. Obtenido de Clasesmgs.blogspot.com: <http://clasesmgs.blogspot.com/2012/03/concepto-de-imagen-corporativa-segun.html>

022. IMPACTO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS COMERCIALES EN LA IMAGEN CORPORATIVA DE UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

Autores:

Lic. Marilyn Pazmiño Quijje

Estudiante Pregrado Universidad Tecnológica ECOTEC

Mgs. Perla León López

Docente Titular

Doctoranda Programa Comunicación Universidad La Habana, Cuba

Universidad Tecnológica ECOTEC

pleon@ecotec.edu.ec

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo analizar el impacto de la implementación de estrategias comerciales en la imagen corporativa de una Universidad. El estudio también resaltará la necesidad de las Instituciones de Educación Superior de identificar y crear estrategias de comunicación para fortalecer las relaciones con sus públicos externos, con el fin de captar su interés y poder desarrollar sus objetivos institucionales.

Para lograr este fin, se aplicó un enfoque mixto de investigación: se realizaron encuestas y focus groups a estudiantes nuevos, y entrevistas a los encargados de las áreas involucradas en el proceso de promoción, difusión y captación de estudiantes. Entre estas: Admisiones, encargados de brindar información sobre las carreras y procesos de inscripción a interesados en ingresar a la universidad, atraídos por el nuevo sistema de pago; Nivelación para obtener datos estadísticos de nuevos estudiantes asistiendo actualmente a cursos de nivelación, y poder hacer una comparación de esto registros antes y después de la implementación de dicho sistema. Finalmente, también se realizó una entrevista al departamento de Marketing sobre cuáles son las estrategias comerciales que utiliza para dar a conocer la Pensión Diferenciada y sus beneficios a los estudiantes potenciales.

Como resultado del estudio, se recomienda el diseño de un plan de comunicación donde se definan estrategias que permitan la mejora de los procesos para atraer al público objetivo y así, fortalecer la imagen de la IES.

Palabras claves: imagen corporativa, pensión diferenciada, públicos externos.

ABSTRACT

This article aims to analyze the impact of the implementation of differentiated pension in the corporate image of the University. The study also highlighted the need for higher education institutions to identify and create communication strategies to strengthen relations with its external audiences, in order to capture their interest and to develop their institutional objectives.

To accomplish this end, several surveys were done to new students as well as interviews to coordinators and directors from different departments who are in charge of the process of promotion, diffusion and capitation of students. Areas as: the admissions department, which is in charge of providing information about the courses and the enrollment process to the potential students who are interested in accessing and will engage the new payment system; Preparation Course Department in order to access the University was made to obtain statistic data from new students who are currently attending the preparation courses. Therefore, it was possible to compare previous and current records of this system's implementation. Finally, the members of the marketing department were interviewed to learn about the commercial strategies that the Institution uses to advertise differentiation payments and its benefits to the new students.

Thus, it is recommend putting into action a communication plan where new communication strategies can be defined, granting a major improvement to captivate the target audience, to make the university's image strong.

Key words: corporate image, differentiated fee, external audiences.

INTRODUCCIÓN

En el mundo actual, la importancia que le dan las empresas al manejo de su imagen ante los públicos, se ha vuelto un factor determinante, ya que de ellos depende su permanencia en el mercado. Para poder evaluar dicha imagen se hace necesario realizar un estudio de las estrategias comerciales y de comunicación externa que realiza la institución, a fin de determinar si está trabajando acorde a sus objetivos o si es necesario cambiar su direccionamiento.

El desarrollo de este estudio permitió conocer la gestión que le da una Universidad a su imagen corporativa, y cuáles son las estrategias que utiliza para llegar a sus grupos de interés o stakeholders, específicamente a los públicos objeto de estudio: los

estudiantes nuevos. Analizar cuál es la imagen mental que estos tienen sobre la IES a partir de la implementación de una estrategia comercial diseñada con el fin de darles la oportunidad a más estudiantes de acceder a una educación de calidad, y cubrir la alta demanda de jóvenes que actualmente desean tener una formación profesional.

DESARROLLO

Comunicación Organizacional.

La mayoría de autores vincula a la comunicación organizacional con el intercambio de información que realiza una empresa con su entorno. Por ejemplo, las autoras Muriel y Rota lo definen como “El sistema coordinador entre la institución y sus públicos que actúan para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y, a través de ello, contribuir al desarrollo nacional”.

También llamada comunicación institucional, es la herramienta que se utiliza para organizar cada uno de los roles o actividades que cumplen los miembros de una empresa, ya sean los directivos o sus colaboradores. Una comunicación organizacional bien estructurada permite tener claros las funciones y roles necesarios para alcanzar los objetivos institucionales y así transmitir su personalidad y valores característicos. Esto evidencia que no pueden existir empresas sin comunicación organizacional, ya que es la base para establecer interacción entre los distintos niveles jerárquicos, así como para formar buenas relaciones con los usuarios. (Muriel, Rota. 1980, p, 31)

Para otros autores, en cambio es sinónimo de comunicación oral y escrita directa, dentro de estructuras formales, o comunicación interna tanto directa como mediática, formal o informal. O partiendo de un concepto más amplio, se habla de todo proceso comunicativo de la organización, tanto interno como externo, formal o informal, directo o mediático (Goldhaber, 1994).

Lo cierto es que la mayoría de especialistas coinciden en que la comunicación organizacional tiene una relación muy estrecha con el plano cultural, y esto permite que se creen una serie de símbolos y significados en los públicos, lo que nos indica la gran influencia que tiene en el clima laboral, la comunicación adecuada tanto a nivel interno como en el entorno.

Por su parte, la autora cubana Irene Trelles se refiere a la importancia de esta disciplina en el desempeño de las organizaciones, como un elemento que posibilita la supervivencia en el medio porque crea la interrelación de sus integrantes. Además,

habla que la razón de ser de la comunicación organizacional es precisamente esta interrelación constituida por los procesos comunicativos con los grupos de interés, la organización internamente y la sociedad en general. (Trelles. 2001, p, 7)

Trelles, considera que dentro de la gestión de comunicación organizacional se deben realizar ciertas actividades que establezcan acciones específicas, por lo cual deben ser identificadas 3 funciones: (2002, p, 27)

Función descriptiva: se trata de investigar y dar a conocer el estado de los procesos de comunicación en los distintos niveles de la organización.

Función evaluadora: Expone las posibles razones de ciertos comportamientos de las diferentes áreas de la empresa, es decir, considerar la importancia y función de ciertos elementos en los diferentes procesos comunicativos.

Función de desarrollo: Estudia cómo mejorar los procesos que han sido evaluados, tanto en el perfeccionamiento de los procesos idóneos, así como la mejora de los erróneos, además de elaborar una propuesta de cómo ejecutarlo.

La comunicación organizacional tiene como eje de desarrollo el análisis, diagnóstico, organización y planificación de las distintas estrategias que se deben usar en los procesos comunicativos, con el fin de mejorar la identidad de la empresa y su productividad en el entorno que realiza sus actividades que se refleja en la imagen y reputación corporativa.

Comunicación Interna.

Se define como toda interacción y proceso social que se da entre los miembros de una empresa, tanto en sentido físico como simbólico. Esto es, reuniones de los colaboradores entre sí o de estos con los otros niveles de la jerarquía corporativa, ya sea en la propia empresa o fuera de ella. (Kreps, 1995: Cap X)

Para la comunicación interna se deben tomar en cuenta diferentes dimensiones, entre ellas dos ejes básicos para su examinación. En primer lugar, se diferencian los “flujos de mensajes” entre los distintos niveles de la estructura organizacional, estos pueden ser *descendente, ascendentes, horizontales o transversales*. Por otro lado, se debe poder diferenciar si la comunicación es formal o informal, lo cual se logra analizando los modos y espacios en los que fluye la comunicación. (Villafañe, 1993, p, 253)

Los mensajes descendentes son aquellos cuya fluencia empieza en la cúspide de la pirámide jerárquica y va hacia los niveles inferiores, son mensajes formales básicos ya que son los que direccionan y designan las tareas que cumple cada trabajador en la organización.

Los mensajes ascendentes son en cambio los que se generan cuando un miembro de los niveles jerárquicos bajos quiere comunicarse con uno de los niveles superiores, se produce una retroalimentación que forma parte fundamental de la empresa.

Por otro lado, los mensajes horizontales se refieren a la comunicación que fluye en un mismo nivel jerárquico, sea este alto o bajo.

Para Villafañe, existe un cuarto nivel, el transversal, y hace referencia a los mensajes que pasan de un nivel a otro sin respetar las jerarquías y saltándose parámetros o líneas de estructura institucional, lo que permite que se cree un lenguaje común entre los miembros de la empresa basado en los principios y valores de todos ellos. (1993, p, 258)

Hablando de la comunicación que circula, se plantea la comunicación formal y la informal. La primera es aquella que se da por medio de los canales de comunicación que la empresa ha establecido específicamente para cada proceso y/o actividad de forma "oficial". La segunda, la comunicación informal, se da hacia adentro de la institución e ignora esquemas de formalidad y el uso de los canales comunicativos formales que han sido asignados, así como también evade, en cierta forma, la estructura organizacional y el lenguaje oficial de los distintos niveles jerárquicos. Siendo este, el tipo de comunicación principal dentro de la entidad que los une a todos, permitiendo que los trabajadores interpreten la información con diferentes significantes.

La comunicación interna tiene la misión de generar un ambiente propicio para que las estrategias de la empresa cumplan su propósito satisfactoriamente. Esto lleva a la premisa de que cada uno de los colaboradores de una empresa, debe conocer la dirección que esta tiene, y seguirla en conjunto. Es decir, debe saber cuál es la "visión" de su organización, debe ser clara tanto en su literatura como en su contexto, y ser transmitida desde los niveles más altos, y de forma idónea, con el único fin de motivar. Por otro lado, se debe lograr que todos los niveles de la organización entiendan cual es la razón de ser de la empresa, para qué existe, cuál es el mercado que cubre, que actividad realiza y cuál es su metodología de trabajo, es decir deben conocer su "misión".

Finalmente, el colaborador debe saber que la institución espera mucho de él, de su participación, así que desea que actúe bajo ciertos parámetros éticos, que componen el pilar base de la “Cultura organizacional”, y son conocidos como “valores institucionales”, transmitidos desde la dirección de la empresa hacia toda la estructura organizacional.

Esta cultura organizacional o corporativa, permite determinar cómo se realizan los procesos dentro de la entidad, cuáles son sus costumbres, como motivan la iniciativa y cómo influyen en la productividad y como se transmite el ejemplo de que hacer, que no hacer y cómo hacerlo. Es por eso que se habla de “valores”, de una descripción de los rasgos de la empresa y de sus miembros que forman el espíritu de esta.

Comunicación Externa.

La comunicación externa es toda acción que tenga como objetivo llegar a los públicos externos de la organización, son los mensajes que emite una organización hacia clientes o beneficiarios, cuyo objetivo es mantener o mejorar las relaciones con ellos, y que estos puedan crearse una imagen favorable de la marca. (Collado, 1991, p, 32)

La comunicación que se da entre la empresa y sus públicos es vital, ya que es la herramienta que debe utilizar para mantenerse en contacto con el entorno en el que realiza sus actividades y así lograr una relación donde ambas partes ganen y logren sus objetivos, es decir, tanto la empresa como sus diferentes públicos deben desarrollar estrategias donde se puedan conocer gustos, preferencias, proveniencia, expectativas, y para esto se debe dedicar el tiempo y recursos necesarios que la optimización del proceso comunicativo amerite.

Los mensajes que envía la empresa en este proceso comunicativo, aparte de cumplir su función de informar, también contribuyen a la formación de la imagen. Las acciones que realiza la empresa son gestoras de esta construcción de imagen. Tales como: las actividades de relaciones públicas, de responsabilidad social, relaciones organizacionales, eventos, prácticas en su entorno.

Irene Trelles considera que ciertos miembros de la organización que tienen el mayor contacto con representantes del entorno relevante, conocidos como “cosmopolitas” y realizan dos importantes funciones de comunicación externa: de envío de información de la organización al entorno, y de canalización de información del entorno hacia la organización. (Trelles, 200, p, 127)

La misma autora, menciona que se deben considerar los actores de la comunicación, tales como: departamento de comunicación, clientes, comunidad local, gobierno central, gobierno local, instituciones educativas, proveedores de bienes y servicios, grupos financieros, medios de comunicación social, otras instituciones del entorno, competencia, entre otros. (200, p, 130). Es así que un comunicador debe tener la habilidad de gestionar las distintas técnicas necesarias en la planificación estratégica de la comunicación.

Públicos externos.

Este término es otro de los que ha sufrido varias modificaciones a lo largo de los años, por eso, más adelante se profundizará en el concepto de públicos estratégicos o “stakeholders”, para poder explicar cómo debe estar diseñada la comunicación organizacional para enviar los mensajes adecuados a cada uno de estos, a fin de poder formar y mantener una imagen favorable en ellos.

Muriel y Rota opinan que “los públicos son conjuntos de individuos que se unen de forma temporal o permanente a fin de poder alcanzar una meta en común.” Y si se habla de la empresa, “Aquellos individuos o sistemas sociales que forman parte del medio ambiente externo del sistema institución y que lo afectan y/o son afectados por él, en mayor o menor grado, en función del logro de objetivos de ambos”. El público externo es extenso y numeroso. Son los grupos sociales que no pertenecen a la entidad ni al organigrama. Es formado por los usuarios de los servicios institucionales (Vergne, 2007). En el público externo se pueden identificar dos grupos: Públicos Generales y Públicos Específicos:

Públicos generales.- Se refiere al entorno más distante a la entidad. Es el público que entra en contacto con la organización a través de los medios de comunicación. Existe una relación menos directa y una menor necesidad de vincularse entre las dos partes.

Públicos específicos.- Son los grupos sociales vinculados de forma directa a la institución. A su vez, cumplen sus objetivos conjuntamente con los de la institución. (Muriel y Rota, 198, p, 306)

Públicos Estratégicos – Stakeholders.

El concepto de este elemento de la comunicación organizacional es lo primero que se debe establecer antes de entrar en materia. Se define como un grupo de personas con intereses comunes, que pertenecen al mismo entorno que la empresa, y establecen una relación de interdependencia con ella, ya que enfrentan una situación o problema similar, por ende toda acción que realicen tiene incidencia en la organización. (Míguez, 2007, p. 187)

Edward Freeman manifiesta que estos grupos estratégicos se convierten en pieza clave para la empresa ya que de ellos depende la llamada “supervivencia” de la misma, su interrelación con ellos determinará su permanencia en el mercado, si estos se sienten “escuchados” establecerán un lazo más fuerte y esto otorgará una serie de beneficios a la entidad. Permitirá que la empresa aprenda de ellos, lo que significará una mejora en los procesos y un desarrollo de la confianza, además de la participación activa en la toma de decisiones. (2009, pp 1-3)

Freeman también habla de varios tipos de stakeholders, definidos según su influencia sobre la empresa, si es directa: son “primarios” o “definicionales”; si es indirecta serán “instrumentales”. Los primarios son vitales para el crecimiento institucional y para la supervivencia de la que habíamos hablado, mientras que los instrumentales son aquellos que pueden influenciar sobre los primarios, como son: competencia, medios de comunicación o grupos de opresión. (2009, p, 4)

Comunicación Universitaria.

Este tipo de comunicación se deriva de las teorías que se han construido en torno a la comunicación institucional. Lozada (1998) señala que esto surge a partir de que las empresas notaron la necesidad de estructurar sus procesos de comunicación para poder lograr sus objetivos institucionales, entre ellas las instituciones educativas. El autor define así la comunicación institucional:

Conjunto de relaciones que se extiende a todos los ámbitos de interacción organizacional y que se desarrolla como expresión oficial e intencional de la institución –en calidad de actor reconocible de los procesos de comunicación- a través de la integración de todos los medios a su alcance para facilitar su propio funcionamiento interno y favorecer la creación de una determinada Imagen Pública que resulte de la difusión de una personalidad definida en congruencia con su propia realidad, sus expectativas y objetivos, con las percepciones de sus miembros y las demandas del entorno. (Lozada, 1998, p, 41).

Por lo tanto, a partir de este concepto de comunicación institucional, a los diferentes procesos comunicativos que se dan dentro de las universidades se los pueden denominar “comunicación universitaria”. Es un tipo de gestión compleja y amplia que muchas veces se somete a varios cambios por las regulaciones que se dan en las leyes y reglamentos de Educación Superior.

Imagen.

De forma general, la imagen se define como el significado que se le da a un objeto, a través del cual se puede describir, relacionarlo o recordarlo según nuestras perspectivas, ideas, sentimientos o impresiones. La palabra imagen se usa normalmente para definir a diversas cosas, y así también a ciertos fenómenos, ya que el término es polisémico y sus definiciones varían, según la representación mental. En una empresa, por ejemplo, hace referencia al conjunto de atributos, rasgos de personalidad y valores con los que a identifica o relaciona el público.

Al aterrizarlo al campo de la comunicación organizacional, Joan Costa habla de la imagen como un instrumento estratégico de primer orden con un valor diferenciador y duradero que se acumula en la memoria social, y en la empresa es lo que le inyecta identidad, personalidad y diversos significados propios y exclusivos. (Costa: 2009, p, 53) Es decir, que la imagen refleja la conducta interna de la empresa, como es su sistema organizacional, como se toman las decisiones y hasta como se conciben los productos o servicios. La imagen es un gran distintivo de la forma de comunicar, de relacionarse con ellos y lograr una conexión.

La formación de esta imagen no solo se da por lo que la empresa intenta transmitir sino también según la necesidad del público que la percibe, es decir, influenciado por lo que quieren apreciar, captar o interpretar, y esto se da según las ideologías culturales, políticas, religiosas, raciales.

Dentro del proceso básico de la comunicación la imagen es el mensaje que debe su valor a quien lo emite, es decir la empresa, el emisor; y a quien lo recibe, el público “receptor” que se genera distintas opiniones sobre la organización. Generan representaciones mentales determinadas por sentimientos, experiencias, creencias.

El autor Joan Costa define que la imagen pública de la empresa no es un objeto o un producto, es un fenómeno mental. (Costa, 1995,p, 19). Resalta que la imagen no se fabrica y que no se debe asumir que se puede construir de manera simple con herramientas y técnicas rígidas que tienden a usar muchas veces las instituciones. Recalca que el conocimiento empírico que se ha generado en torno al tema de la imagen debe destacar y estar por encima del pensamiento de que le da un resultado

positivo en la construcción de la imagen se puede lograr únicamente con estrategias adecuadas de comunicación.

Estrategias comerciales.

Cuando se trata de diseñar una estrategia para salir con un nuevo producto o servicio al mercado, o ya sea renovar las estrategias existentes de una empresa, se debe tomar en cuenta primero las de los competidores. Unos tendrán gran cantidad de recursos, mientras otros estarán muy limitados, y según esto, ocuparán una de las seis posiciones de la competitividad: dominante, fuerte, favorable, sostenible, débil, no viable. (Kotler, 1996, p, 382)

Según Philip Kotler, el objetivo de toda empresa siempre es buscar “nuevos usuarios”, “nuevos usos” y un “mayor uso” de sus servicios, La primer categoría involucra a los clientes potenciales que pueden no conocer del producto o que se resisten a él por precio o características y con los se puede usar: “estrategia de penetración en el mercado” (tratar de convencer a los que no usan un producto, de usarlo), “estrategia de nuevo mercado” (convencer a otro nicho que lo use), y “estrategia de expansión” (vender el producto en otro sector). (1996, p, 383)

La segunda categoría es expandir el mercado descubriendo y promoviendo nuevos usos para el producto. Para su efecto, la empresa debe examinar cómo sus clientes usan el producto, guiarlos en los nuevos usos, y solicitar sugerencias para desarrollar nuevos productos o servicios.

Finalmente la tercera estrategia de expansión se trata de convencer a los clientes que usen más unidades del producto o servicio por ocasión, lo cual hará que se eleve su rentabilidad. (Kotler, 1996, p, 384)

Comercialización

Antes de sacar un nuevo producto o servicio al mercado, la empresa debe considerar 4 variables: cuándo, dónde, a quién y cómo.

Cuando (tiempo): el “tiempo de entrada al mercado” es crítico ya que podría enfrentarse a un competidor fuerte, a una crisis del entorno que no le permita desarrollarse, o a una necesidad estacional, que solo tiene alta demanda en determinada temporada.

Dónde (estrategia geográfica): se debe decidir si se hace el lanzamiento en un solo lugar, en varios lugares de una misma región, o en varias regiones, así como si solo en el mercado nacional, o afuera, según el capital y la proyección.

A quién (prospectos de mercado meta): deben ser escogidos los mejores prospectos como público objetivo, que tengan las características que la empresa pueda motivar a la compra.

Cómo (estrategia introductoria al mercado): se debe elaborar un plan de acción, utilizando técnicas de planeación y programación adecuadas, para insertar el producto o servicio al mercado. (Kotler, 1996, pp 344-346)

CONCLUSIONES

- La comunicación organizacional es un tema pertinente, de creciente importancia tanto práctica como académica.
- Con la realización de esta investigación se pudo determinar la importancia de la gestión de la imagen corporativa en una institución de educación superior, con la renovación de sus estrategias comerciales, como lo realizó la Universidad objeto de estudio.
- Se evidenció que ciertos canales como medios de comunicación y página web, no están llegando mayormente a los públicos potenciales y sin embargo son los que el departamento de marketing y comunicación de la universidad les da mayor énfasis al momento de establecer sus estrategias comunicacionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ✓ Collado C. (1991). La Comunicación en las Organizaciones. Hacia una definición de la Comunicación Organizacional. México: Editorial Trillas.
- ✓ Costa, J. (Agosto - Septiembre de 2003). Razón y Palabra. Recuperado el 4 de Noviembre de 2013, de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/jcosta.html>
- ✓ Costa, J. (2009). Imagen Corporativa en el Siglo XXI. Segunda Edición. Condiciones y funciones de la imagen corporativa. Buenos Aires, Argentina: Ediciones La Crujía.
- ✓ Constitución del Estado, promulgada en el año 2008, Registro oficial 449-2008-10-21.
- ✓ IESE Business School. (Noviembre, 2009). La Evolución del concepto Stakeholders en los escritos de Ed Freeman. IESE Business School. Recuperado de: www.iese.edu/es/files/La%20evaluaci%C3%B3n%20del%20concepto%20de%20stakeholders%20seg%C3%BAAn%20Freeman_tcm5-39688.pdf
- ✓ Kotler, P. (1996). Dirección de Mercadotecnia. Octava Edición. Desarrollo, prueba y lanzamiento de nuevos productos y servicios. México: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- ✓ Kreps, G. (1995). La Comunicación en las Organizaciones. Segunda Edición. Capítulo X: Sistema de Comunicación Interna. Estados Unidos: Editorial Addison-Wesley Iberoamericana.
- ✓ Ley Orgánica de Educación Superior, Registro Oficial N° 298, Quito, martes 12 de octubre del 2010.
- ✓ Losada, J. C. (Octubre, 2013). Red Dircom. Obtenido de <http://www.reddircom.org/textos/ima-pbl.pdf>
- ✓ Míguez, M. I. (Noviembre 2007). Universidad del País Vasco. Recuperado de: <http://www.ehu.es/zer/es>
- ✓ Muriel, M., & Rota, G. (1980). Comunicación Institucional, Enfoque social de Relaciones Públicas. Quito: Editorial Andina.

- ✓ Plan Nacional Para el Buen Vivir, 2009-2013, Construyendo un estado plurinacional e intercultural SENPLADES. <http://plan.senplades.gov.ec/web/guest/inicio;jsessionid=532397B6CBA9618744809904BF8A0718>.

- ✓ Sistema Académico de la Universidad Ecotec (SAUE). (2016)
- ✓ Trelles I (2001) "Comunicación Organizacional". Selección de lecturas. Editorial La Habana.

- ✓ Trelles I. (2002) Tesis en Opción al Grado de doctora en Ciencias de la Comunicación.

- ✓ Universidad ECOTEC. (2007). Página web de la Universidad ECOTEC. Recuperado el 10 de noviembre de 2013, de www.universidadecotec.edu.ec

- ✓ Vergne, S. (2007) Modulo docente: Comunicación Estratégica. Universidad de Cuenca.

- ✓ Villafañe, J. (1993). Imagen Positiva. Gestión Estratégica de la Imagen de la Empresa. Madrid: Editorial Pirámide.

023. ANÁLISIS DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN (LOC), ARTÍCULOS 98 Y 100 EN EL INCREMENTO DE LA PRODUCCIÓN DE PIEZAS PUBLICITARIAS NACIONALES.

Autores:

Lic. Wimper Enrique Fiallos Díaz

Licenciado en Comunicación con Énfasis en Publicidad Universidad Tecnológica ECOTEC, Samborondón.

wfd_e@hotmail.com

MSc. José Omar Villavicencio Santillán

Licenciado en Comunicación Social, Magister en Diseño Curricular por competencias (Ecuador). Profesor de la Facultad de Marketing y Comunicación en la Universidad Tecnológica ECOTEC, Samborondón.

jvillavicencio@ecotec.edu.ec

RESUMEN

El presente artículo abarca la incidencia de la ley orgánica de comunicación (LOC), con sus artículos 98 y 100 en las piezas publicitarias nacionales, que se puede definir como la normativa que modificó el transmitir publicidad en el país. La característica principal de este tema es el tipo de impacto que causa actualmente el material publicitario debido esta ley, en la cual se establece que toda producción publicitaria deberá ser realizada en un 80 % en territorio ecuatoriano con talento local, y un 10% con extranjeros erradicados en Ecuador, siendo el 10% restante con material publicitario internacional. El objetivo principal de este artículo es analizar qué sector de la industria publicitaria ha crecido y ha tenido mayor participación desde la vigencia de la ley de comunicación, y que tipos de agencias ya sean grandes, medianas o pequeñas han estado involucradas más en creación y manejo de marcas, ya sean estas nacionales o internacionales.

Palabras Claves: Publicidad, Ley Orgánica de Comunicación (LOC), Agencias y Productoras Publicitarias.

SUMMARY

The present article covers the impact of the Organic Law of Communication (LOC) with Articles 98 and 100 in the National advertising pieces, which can be defined as the regulations modified transmit advertising in the country. The main feature of this issue is the type of impact caused CURRENTLY advertising material DUE esta law, in which states that all advertising production will be performed at 80% in Ecuador with local talent, and a 10% foreign eradicated in Ecuador, with the remaining 10% with international advertising material. El objetivo director of this article is to analyze v Which sector of the advertising industry has grown and has been mayor Participation Since the validity of the Communications Law, and what types of agencies are

already Large, Medium or Small to have been involved in the it's more Creation and Management of Trademarks, whether national or international These.

Keywords: Advertising, Communications Law (LOC), Agencies and Production Flyer.

INTRODUCCIÓN

El presente artículo refiere al tema de la incidencia de la ley de comunicación orgánica (LOC), artículos 98 y 100 en las piezas publicitarias nacionales, que se puede definir como la normativa que modificó el transmitir publicidad en el país.

La característica principal de este tema es el tipo de impacto que causa actualmente el material publicitario debido a la ley orgánica de la comunicación, en la cual se establece que toda producción publicitaria deberá ser realizada en un 80 % en territorio ecuatoriano con talento local, un 10% con extranjeros erradicados en Ecuador, y el 10% restante con material publicitario internacional.

Para analizar esta problemática es necesario mencionar sus causas. Una de ellas es la falta de producción de material creativo en Ecuador, debido a que las marcas nacionales e internacionales no dan su confianza al momento de la realización de las piezas publicitarias.

La investigación de esta problemática social se realizó por el interés de conocer el incremento que ha tenido la producción publicitaria en Ecuador, saber qué tipo de sector de la industria local se ha visto beneficiada y afectada por la LOC en sus artículos 98 y 100, para así tener un mejor panorama en cómo esta normativa ha cambiado la publicidad en el país.

El objetivo principal de este artículo es analizar qué sector de la industria publicitaria ha crecido y ha tenido mayor participación desde la vigencia de la ley de comunicación, y que tipos de agencias ya sean grandes, medianas o pequeñas han estado involucradas más en creación y manejo de marcas ya sean nacionales o internacionales.

Para el desarrollo del tema se realizó entrevistas a publicistas y directivos creativos con amplia experiencia en el área de experticia, entre las agencias se consultaron tales como: McCann Ecuador, Rivas y Dupla que permitieron brindar una perspectiva de la realidad nacional en el contexto de aplicación de estos parámetros y se repercusión en el crecimiento y desarrollo de las agencias de carácter nacional. El enfoque de este ensayo es Cualitativo, los métodos que fueron planteados para su validez científica son el analítico y sintético tomando como base los documentos que para efecto reposan en textos, archivos y páginas webs, así como en la misma LOC.

1.Contexto histórico de la publicidad

La publicidad desde épocas remotas ha existido y se ha convertido en parte de la vida cotidiana, aunque el hombre no intente vender algún bien o servicio. Desde los

inicios este hacía el uso del trueque de bienes y mejorando el uso de la comunicación comercial desde su contexto histórico, como lo afirma Tungate (2008):

“Los romanos desde luego sabían cómo ofertar algo de manera convincente y ya en las ruinas de Pompeya se encuentran algunos ejemplos tempranos de anuncios, pero no es osado afirmar que la publicidad ha estado entre nosotros desde hace tanto tiempo como los productos para vender; ha sido un medio para inflar su valor, desde el vendedor que gritaba por la calle hasta el folleto que se clavaba en un árbol.” (p. 4)

Bajo esa perspectiva en el siglo XVIII apareció el papel y consigo empezaron los periódicos a informar los sucesos más relevantes de los días. En el siglo XIX la revolución industrial despegó en Europa y eso aumentó la publicidad en el periódico; Londres fue adelantado en su época debido a sus anuncios publicitarios en las paredes de sus ciudades, aparecieron las primeras hojas volantes, los periódicos franceses empezaron a publicar casas en ventas, alquiler, etc.

La primera agencia nació en Londres a mediados de los años 1830, iniciaron las personas a contratar especialistas en creación de material publicitario para así tener ganancias en sus negocios y sobresalir. En Estados Unidos la primera agencia en surgir fue en año 1841 en Filadelfia (Caicedo, 2011, p.4).

La publicidad fue creciendo y extendiéndose alrededor del mundo, ya las empresas no podían negar el impacto que podía generar un buen anuncio en sus negocios, por lo que comenzó a ser necesario contar con especialistas en esa área para que puedan asesorarlos a la hora de la creación de un aviso.

La llegada de la publicidad a Sudamérica empezó en el país de Argentina, a partir del año 1877 con las primeras campañas creativas generaron impacto en las audiencias ya que estas piezas jugaban con la emoción, humor y la hipérbole razón por la cual estos anuncios causaron revuelo. En Brasil la publicidad inicia en el año de 1913 y su estilo es diferente a los demás países ya que contiene un estilo particular, usaba mucho la alegría e irrelevancia, técnicas las cuales gustaron a las personas.

2. La publicidad en Ecuador

En el contexto nacional, la publicidad profesional en Ecuador no existía hasta los años 60, debido a la falta de profesionales en esa área y también porque los dueños de negocios, realizaban sus promociones ellos mismos, sin tener noción alguna de la creación de su material publicitario, anunciándolos en periódicos, radios, volantes y hasta en las paredes. Todo esto cambió en el año 1968 a partir de la creación de la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad, la cual generó un cambio en el sector comercial, agrícola e industrial en el país, ya que vieron a la publicidad como una profesión de la cual se podía beneficiar a la hora de incrementar sus ganancias. Los empresarios dejaron de hacer materiales creativos por sí solos y empezaron a contratar especialistas debido a la cual se aumentó el número de agencias del país.

Los clientes de esa época preferían la publicidad a través de cuñas, jingles, medios impresos entre otros, ya que en la década de los 60 esos eran los medios de

mayor acceso. Cabe recalcar que la publicidad que se generaba para esa época era completamente nacional, es decir no había marcas internacionales que transmitan sus pautas publicitarias. A partir de los años 70, debido al boom de la televisión trajo consigo que la publicidad cambie de horizonte, haciendo que muchas marcas prefirieran esta vía por el apogeo que causaba en esa época.

Las primeras pautas publicitarias en la televisión se plantearon en los noticieros nacionales ya que había una sintonía regular y no existían programas que publiciten en todos sus espacios o segmentos como existen actualmente para poder anunciar diversas marcas. Una de los primeros personajes nacionales en brindar su imagen para una marca fue el reconocido periodista Alfonso Espinosa de los Monteros, a través de un comercial de seguros de vida, de la aseguradora “La Noche”; otra pauta publicitaria mencionada en un noticiero fue con la marca de bebidas Coca Cola, en la cual la presentadora de noticias Meche Lozano, debía beber un sorbo de dicha bebida cada 30 minutos en su espacio televisivo; siendo estas las dos pautas principales en lo que respecta a producción audiovisual en el país.

La primera agencia que realizó una producción ecuatoriana fue Norlop, a fines de la década de los 60 quien presentó un comercial para la cola Tropical, este comercial contó con modelos extranjeras del vecino país Perú, que se encontraban en el país, y fue grabado con una cámara antigua de procedencia colombiana, el director del comercial fue argentino, quien tuvo la opción de tener una producción grabada en Videotape, la cual era de baja calidad pero a su vez de bajo costo, en relación a la filmación en película, esta técnica era utilizada por algunas productoras. Muchas agencias y clientes prefirieron la calidad por encima del precio y realizaron filmaciones en formato cine, debido a esto existieron comerciales premiados a nivel internacional y nominados a el CLIO Awards, el cual es considerado el óscar de la publicidad.

Otro de los comerciales más emblemáticos para la época, fue producido por Vip Publicidad de la cerveza Latina, la cual fue filmada bajo el formato de cine y contó con modelos extranjeras, la cual despuntó con mucho éxito en la televisión nacional; agencias como Vip Publicidad y muchas otras más, tomaron la decisión de producir comerciales de alto costo y no se equivocaron al momento de ver resultados. Las producciones publicitarias en la década de los 70 empezaron a ser comunes, una de las piezas publicitarias más recordadas en la televisión Ecuatoriana es la del detergente deja la misma que llevaba como eslogan “ Deja, deja, deja... deja lava mejor “, donde en escena estaba Blanquita, una mujer afro vestida de blanco, mientras lavaba ropa, el primer personaje surgió en 1979, la pieza publicitaria repetida una y otra vez, logró tal éxito que vinieron nuevas generaciones de “Blanquitas” en el transcurso de los siguientes años.

3. La LOC y su aplicación en el contexto publicitario ecuatoriano

A partir del año 2000 diversas agencias y productoras publicitarias en Ecuador empezaron a utilizar mano de obra extranjera, ya que era mucho más barato asociarse con productoras internacionales, permitiéndoles realizar tareas que no se

emprendían en ninguna parte del país. Diversos clientes de marcas importantes como Coca cola, Pepsi y Bellsouth entre otras, optaban por producir sus publicidades en un país el cual tenga todos los instrumentos necesarios y se pueda acaparar sus costos, de esta forma contrataban a una sola agencia publicitaria en Ecuador, y por medio de sus departamentos de marketing se acercaban a los canales de televisión para poder transmitir sus anuncios y difundir su imagen en el país.

Ese modelo de trabajo que fomentaban las agencias publicitarias dentro del país fue planteado hasta inicios del 2013, ya que el 25 de junio del mismo año entró en vigencia la Ley orgánica de Comunicación (LOC) aprobada en la sesión 136 de la asamblea nacional.

Para Salas (2014):

“La prensa fue la que más oposición realizó en contra de la ley, pero qué pasa con la publicidad, en qué afecta a las agencias, ésta permitirá que el país triunfe con sus campañas publicitarias sin temor a ser limitadas, dudas como estas sólo el tiempo podrá disipar”. (p. 2)

La implementación de la LOC presenta un impacto en la publicidad nacional, ya que fomenta y exige una serie de parámetros y funciones que deben cumplir las agencias de publicidad, las cuales no existían ni se debatían en el pasado. Como antecedentes para una mejor interpretación de los nuevos enfoques legales, comunicacionales y publicitarios en lo que se refiere a la Ley Orgánica de Comunicación, se debe recalcar que antes de la vigencia y la normativa de esta ley en lo que respecta a la publicidad y producción nacional en Ecuador, si existía inversión, pero era muy limitada por parte de marcas internacionales, para la creación de piezas publicitarias en el país. Las marcas y agencias preferían producir material publicitario en países como Argentina, Chile y Uruguay donde la calidad es un valor agregado relacionado en sus costos que son muy altos en su gran mayoría, ya que sobrepasan los del mercado nacional, teniendo en consideración que el producto final era de primera calidad.

Esta perspectiva de la Publicidad Nacional para su producción y postproducción de sus piezas creativas, con mano de obra y talento nacional, para convertirse en un referente latinoamericano como Argentina y Uruguay tiene su epicentro en la redacción de la Sección VI Producción Nacional artículos 98 y 100 de la LOC en los que se menciona:

Art. 98:

Producción de publicidad nacional.- La publicidad que se difunda en territorio ecuatoriano a través de los medios de comunicación deberá ser producida por personas naturales o jurídicas ecuatorianas, cuya titularidad de la mayoría del paquete accionario corresponda a personas ecuatorianas o extranjeros radicados

legalmente en el Ecuador, y cuya nómina para su realización y producción la constituyan al menos un 80% de personas de nacionalidad ecuatoriana o extranjeros legalmente radicados en el país. En este porcentaje de nómina se incluirán las contrataciones de servicios profesionales. Se prohíbe la importación de piezas publicitarias producidas fuera del país por empresas extranjeras. Para efectos de esta ley, se entiende por producción de publicidad a los comerciales de televisión y cine, cuñas para radio, fotografías para publicidad estática, o cualquier otra pieza audiovisual utilizada para fines publicitarios. No podrá difundirse la publicidad que no cumpla con estas disposiciones, y se sancionará a la persona natural o jurídica que ordena el pautaaje con una multa equivalente al 50 % de lo que hubiese recaudado por el pautaaje de dicha publicidad. En caso de la publicidad estática se multará a la empresa que difunde la publicidad. Se exceptúa de lo establecido en este artículo a la publicidad de campañas internacionales destinadas a promover el respeto y ejercicio de los derechos humanos, la paz, la solidaridad y el desarrollo humano integral.

Art. 100:

Producción nacional. - Una obra audiovisual se considerará nacional cuando al menos un 80% de personas de nacionalidad ecuatoriana o extranjeros legalmente residentes en el país hayan participado en su elaboración.

Estos dos artículos hacen referencia a la situación acaecida en la publicidad nacional y sus piezas visuales, antes de que la ley sea puesta en vigencia. Dentro de ese contexto existían publicidades extranjeras que se transmitían en la televisión local con bastante frecuencia y poder de impacto, tal es el caso de la tarjeta de crédito Visa y su publicidad denominada: “No te pierdas los mejores momentos con Visa y Juanes” la cual tenía como elemento estrella al cantautor colombiano Juanes; otro caso es el del jugador de fútbol Lionel Messi y el basquetbolista Kobe Bryant de la aerolínea Turkish Airlines denominada “leyendas a bordo”.

4. Perspectivas publicitarias de las agencias nacionales

Pero no todas las agencias están de acuerdo con esta disposición que se plantea en la LOC, ya que agencias como Think Publicidad afirman que ellos manejan campañas de autos Hyundai, Volkswagen, Ford, entre otras y todas las piezas publicitarias son realizadas en el exterior. En ese caso muchas de las grandes marcas que transmiten material publicitario en diferentes medios, no les resulta hablando económicamente hacer una producción solamente para un solo país, por la implementación de un parámetro legal interno de su producción publicitaria, debido que Ecuador cuenta tan solo con 15 millones de habitantes a diferencia de

países como Argentina o México los cuales su audiencia receptora de la publicidad es más amplia y eso al momento de decisión pesa considerablemente.

Los artículos 98 y 100 de la LOC desde su implementación en el ámbito de la publicidad, ha incrementado el flujo de trabajo en las agencias en lo que fue el primer semestre del año 2014 de un 30 y 40% y en el segundo trimestre del mismo año se vio un crecimiento del 60 al 70% (Veintimilla, 2014, p. 2).

La herramienta de la entrevista realizada a redactores creativos, de empresas como McCann Ecuador, Rivas y Dupla permitieron una mejor visión en el ámbito de la industria publicitaria nacional, de acuerdo a las normativas establecidas en los artículos 98 y 100 de la Ley Orgánica de Comunicación el crecimiento de piezas publicitarias producidas en Ecuador, y sus beneficiarios directos e indirectos dentro de ese sector.

Guido Bustamante Luque, redactor creativo de la agencia McCann, indica que en estos dos últimos años la producción de material publicitario en Ecuador se ha incrementado en su aspecto de realización, tomando como referencia los siguientes comerciales: La compañía de productos para bebés Huggies, presenta actualmente su comercial "Huggies Aguanta" el mismo que es protagonizado por la presentadora Gabriela Pazmiño, donde se la puede observar realizando un largo recorrido en automóvil sin cambiar el pañal de su bebé, y su pequeña hija que la acompaña le repite en varias ocasiones que la revise y cambie, a lo que ella dice tranquila "Huggies Aguanta" siendo este un remake extranjero de la misma compañía.

Otra de las empresas que planteó piezas nacionales realizadas desde el 2015 es la tienda de ropa De Prati, la cual lanzó por el día de las Madres el comercial Mamá/Abuela, el cual emite un mensaje muy sencillo pero emocional, todo se centra en la actuación emotiva de los personajes y los textos claros y de contenido familiar.

Estos referentes de producción plantean que la Ley de Comunicación en su sección publicitaria ha tenido un impacto significativo en la industria nacional, sin embargo las entidades más beneficiadas ante la aplicación de estas normativas han sido las agencias digitales denominadas pequeñas o FreeLancer, ya que su disponibilidad y flexibilidad laboral enmarca en los parámetros referenciales de estos artículos, a diferencia de las grandes agencias, en las cuales su estructura es amplia y cuenta con más personal. La realidad es que en estos tiempos las marcas quieren ahorrar lo máximo posible, por lo que se hace cada vez más difícil para las agencias medianas o grandes mantenerse. Sin embargo, las agencias digitales o las pequeñas pueden sobrevivir e incluso crecer ya que su mercado son marcas que están empezando emprendimientos, o empresas que solo se manejan a través de web, móvil y redes sociales, sea por su esencia, su target o simplemente por economizar.

Para Laura Quintana, ejecutiva de cuenta en el área publicitaria de la agencia Dupla otro de los aspectos en los cuales se aprecia cambios en el carácter creativo de las marcas, las cuales piensan actualmente un poco más en lo que van a comunicar. Si antes se exageraban y afirmaban cosas que podían resultar engañosas, ahora se miden al hacerlo, o se realiza un estudio para comprobarlo o

simplemente no se lo comunica; lo cual se considera positivo, ya que al final de cuentas el afectado era el consumidor.

5. Aspectos positivos y negativos dentro de los artículos 98 y 100 de la LOC

La LOC también tiene un aspecto negativo ante determinadas marcas y productos como es el caso de los cigarrillos y bebidas alcohólicas, y lamentablemente Ecuador es un país al que le gusta consumir considerablemente estos productos, tomando como referencia que en mayo del 2014, la Organización Mundial de la Salud (OMS), emitió un estudio en el que se indicaba que América Latina es la segunda región con el mayor consumo de alcohol y, Ecuador es el noveno con 7,2 litros en el año, esto ha permitido que varias marcas cerveceras migraran de ATL (above the line) a digital, por lo que ha obligado que la creatividad se explote más en esa área, en conjunto con activaciones y promociones. Antes solo se transmitía el comercial o la cuña de radio y el asunto culminaba, ahora toca producir la pieza, y en la mayoría de los casos es solo hacer lo mismo que estaba producido sin mayor modificación (Remake); solo en casos puntuales como en el caso de la empresa Pepsi, en la que a pesar de que la plataforma o el concepto venga de afuera, la agencia tiene cierta libertad creativa de producir sus piezas locales, obviamente siguiendo estándares internacionales.

Entre los aspectos positivos de la Ley de Comunicación en los artículos 98 y 100, se observa que los grandes beneficiados, son las productoras nacionales y las agencias digitales o FreeLancer con presencia en Ecuador, así también como los talentos nacionales, como modelos, actores locutores, productores, fotógrafos, directores de arte, directores, músicos, post productores, camarógrafos, sonidistas, maquilladores, vestuaristas, etc. que forman parte de producir una pieza publicitaria; resaltando que no de su creación pero sí de su producción. La creación tiene que ver con la creatividad, y eso viene directamente de afuera o viene de las agencias publicitarias en Ecuador.

En los aspectos negativos los puntos centrales serían con las agencias grandes o medianas, las cuales antes podían realizar trabajos fuera del país con una calidad mayor, eso sin contar la comisión que cobraban por la elección de la productora, pues en la actualidad prácticamente el cliente (la marca) pacta la elaboración de las piezas directamente con las mismas. El nivel de cómo se hacen las cosas ha ido mejorando, pero aún falta por hacer, sobre todo en el tema de actores o modelos en el cual, o son los mismos que se ven en todas las piezas, de todas las marcas, ya que son preparados y profesionales en escena, o son improvisados sin mucha preparación o talento como tal.

Según Jorge Murillo, creativo de la agencia Rivas indica que en estos dos últimos años ha existido un aumento de agencias publicitarias pequeñas, pero no en productoras, explicando que una gran mayoría de marcas han tenido que reducir sus presupuestos de marketing al doble o triple de su potencial, deseando ahorrar lo que más puedan, direccionándose obviamente a pequeñas agencias, e incluso a

productoras modestas, para que realicen las piezas correspondientes a un costo menor.

No se ha presentado un incremento de agencias publicitarias en los últimos dos años dentro del país, porque según reportes de la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad estas no se han beneficiado de la LOC, las verdaderas beneficiadas son las productoras, desde las más grandes hasta las más pequeñas, pues ahora todo debe ser hecho aquí, con gente y recursos de aquí. En muchos casos, las mismas productoras proveen los servicios que una agencia pequeña puede ofrecer, entonces las agencias medianas o grandes pierden clientes. No es lo mismo pagarle a alguien pequeño, que pagarle a alguien grande; los costos no serán iguales.

Para las agencias les ha significado un costo adicional, pues han tenido que ir migrando poco a poco a cosas de Digital, BTL (below the line) y RRPP (Relaciones Públicas), y varias de estas no tenían formados estos departamentos.

Este tipo de medidas y situaciones no se han presentad recientemente en países de Latinoamérica así lo destaca Golfari (2015):

“No es la primera vez que ocurre. Ha pasado en países como Brasil y Argentina. Este tipo de leyes tiene dos caras, la primera fue desarrollar una industria local de cinematografía, de música, de teatro, de actuación y más, también se comenzó a importar tecnología nueva para la producción de los comerciales, como filmadoras, micrófonos, reproductores etc., la industria en general se elevó, ahora bien, si tú mantienes eso en el tiempo vas a encontrar que los profesionales también van incrementando su nivel; en general toda la industria mejora, ese es su beneficio.”(p. 3).

Las grandes ideas salen de las mayores necesidades y en Ecuador los cambios legislativos llevaron a creativos de la industria a reinventarse. En la parte de producción de piezas audiovisuales y gráficas, las agencias de diseño, productoras y fotógrafos se han destacado a partir de la ley de comunicación. En la actualidad se observa un fuerte cambio cultural sobre el papel de la publicidad en la empresa, la relación existente entre inversión en publicidad y rentabilidad o ganancia; y finalmente las leyes que delimitaron la influencia directa extranjera, determinando que la influencia existía, pero solo conceptualmente, lo que permitió que Ecuador fuera construyendo su propio camino.

Como evidencia de perspectiva, la agencia de publicidad ecuatoriana Maruri Grey logró 9 premios en los Cannes Lions en Francia, logrando ser reconocida como agencia del año, teniendo dentro de sus filas dos redactores creativos que están entre los mejores 10 del mundo en el 2015, entre otros logros. Así mismo BBDO y McCann que han triunfado con premios que reconocen la labor publicitaria que eficientemente produce un mensaje que genera resultados claros.

La publicidad importa y Ecuador ahora lo vive y esto repercute en la empresa, en las universidades, en la sociedad y mucho tuvo que ver con esta ley. En la actualidad Panasonic gracias a una gran campaña ACH2O de Maruri Grey, el agua despedida por los equipos de aire acondicionado se ha convertida en agua potable y bebible, o la actual campaña de BBDO para Bayer producida por la agencia McCann

en donde logran generar la primera “Audioaspirina”, una serie de frecuencias que disminuyen el dolor de cabeza.

La Ley Orgánica de Comunicación en sus artículos de publicidad no ha brindado un efecto muy positivo, al menos no para las agencias grandes en lo que respecta a incremento de clientes, tomando en cuenta que además de la LOC, Ecuador ha transcurrido años difíciles y eso ha influido a que haya menos número de trabajadores, se cierren departamentos y oficinas. Por lo cual marcas internacionales y nacionales han optado a buscar agencias y productoras las cuales sean pequeñas para que trabajen en sus materiales publicitarios debido a los presupuestos que manejan, por otro lado se observa que ha existido un incremento de trabajo en el sector de uso de talentos locales, no solo los modelos, actores o locutores, sino también a productores, fotógrafos, directores de arte, directores, músicos, post productores, camarógrafos, sonidistas, maquilladores, vestuaristas, etc.

La industria publicitaria está creciendo a pasos agigantados, esto no solo favorece a este sector, sino que abre un abanico de oportunidades en los medios relacionados tales como actores, productoras, modelos, maquilladores, escenitas, entre otros.

El futuro de la publicidad nacional está encaminada a constituir una industria arriesgada que busca mejorar el estilo de vida de su entorno, con fines sociales, con productos transparentes, con ideas frescas que desafíen lo establecido y que propongan nuevas formas de ver las cosas. La creatividad es el eje esencial de toda pieza publicitaria, las normativas y legislaciones aplicadas a cualquier contexto de la publicidad nunca podrán abordar como delimitante el desarrollo de la creatividad o la presentación de ideas novedosas dentro las piezas publicitarias, ya que el centro de una buena creación no está en los parámetros que la estructuran sino en la finalidad con que se la crea, la misma que tiene como objetivo servir y agradar al contexto social y a la oferta y demanda creada por las empresas.

Conclusiones

- El impacto de los artículos 98 y 100 de la LOC en la publicidad ecuatoriana ha beneficiado e incentivado a las diversas productoras creativas del entorno nacional, creando demandas laborales a diferentes sectores que no sean solamente de publicidad, como el artístico, el de estética y maquillaje que son parte de la estructura de comerciales y piezas creativas.
- En el aspecto negativo el punto central es, como las agencias grandes, se han visto afectadas ya que antes podían realizar trabajos fuera del país con una calidad mayor, eso sin contar la comisión que cobraban por la elección de la productora, y en la actualidad prácticamente el cliente (la marca) pacta la elaboración de las piezas directamente con las mismas, logrando que productoras digitales o FreeLancer tenga mejor acogida y desenvolvimiento

por su flexibilidad y costos, no permitiendo el incremento de agencias más si de productoras.

- La percepción creativa de como era antes la publicidad ecuatoriana sin normativas que puedan incentivar a las empresas nacionales e internacionales para realizar comerciales en Ecuador, permite delimitar las falencias que se presentaban en la calidad de producción, y de expansión en materia de creatividad y desarrollo laboral, es así como se puede canalizar que el aspecto esencial de estos artículos se define en el apoyo y crecimiento del sector publicitario nacional.

Bibliografía

Asociation, A. M. (13 de julio de 2013). merca20. Obtenido de merca20: <http://www.merca20.com/definicion-de-publicidad/>

Caicedo, R. E. (2011). los protagonistas de la publicidad en el Ecuador los últimos 20 años. Quito. P. 4

Carrillo, B. (9 de julio de 2013). ecuavisa. Recuperado el 11 de enero de 2016, de ecuavisa: <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/contacto-directo/35412-carrillo-ley-de-comunicacion-busca-democratizar-la>

Ecuavisa. (8 de junio de 2013). Recuperado el 14 de enero de 2016, de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/33522-ley-de-comunicacion-tambien-impone-reglas-la-publicidad>

Ecuavisa. (22 de enero de 2014). Recuperado el 14 de enero de 2016, de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/51519-publicista-analiza-impacto-comerciales-reglamento-ley>

Ekos Negocios. (s.f.). Recuperado el 14 de enero de 2016, de Ekos Negocios: <http://www.ekosnegocios.com/marcas/marcasEcuador.aspx?idMarca=57>

Expreso. (16 de octubre de 2014). El Gobierno va a una 'tele' más. Expreso.

Fischer Laura y Espejo Jorge, Mc Graw Hill. (2004). Mercadotecnia (tercera edicion ed.).

Golfari, M. (febrero de 2015). lideres. Obtenido de lideres: <http://www.revistalideres.ec/lideres/marcos-golfari-ley-comunicacion-caras.html>

Gómez, L. (26 de julio de 2013). Los publicistas buscan alternativas para aplicar la Ley de Comunicación. El Comercio.

Hora, I. (12 de mayo de 2012). Movistar reemplazará su publicidad '4G' solicitada por la Supertel. la Hora.

Laura, Q. (26 de 2 de 2016). Perspectiva de la LOC, art. 98 y 100. (F. Wimper, Entrevistador)

Ley orgánica de comunicación. (25 de junio de 2013). presidencia.gob.ec. Obtenido de presidencia.gob.ec: <http://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>

Miranda, V. (27 de Noviembre de 2014). elciudadano. Obtenido de elciudadano: <http://www.elciudadano.gob.ec/ecuadortv-el-primer-canal-publico-del-pais-cumple-7-anos-de-creacion/>

Mogrovejo, P. (10 de octubre de 2014). Ecuador inmediato. Recuperado el 18 de Enero de 2016, de Ecuador inmediato: http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_vie w&id=2818771624

Muñoz, G. (2015). banrepcultural. Recuperado el 9 de enero de 2016, de banrepcultural: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/medios_audio_visuales

O'Guinn, T. C. (1999). Publicidad. En A. C. O'Guinn Tomas, Publicidad (pág. 6). Thomson Editores.

Poma, F. R. (8 de noviembre de 2008). megadigitalnews24. Recuperado el 9 de enero de 2016, de megadigitalnews24: <http://megadigitalnews24.blogspot.com/2008/11/la-historia-de-la-television-en-ecuador.html>

Quintana, L. (15 de 2 de 2016). Perspectiva de la Loc. art. 98 y 100. (F. Wimper, Entrevistador)

Rodriguez, A. (20 de enero de 2016). Perspectivas de la LOC, art. 98 y 100. (F. Wimper, Entrevistador)

Salas, E. (1 de noviembre de 2014). FENOpinaonline. Recuperado el 13 de enero de 2016, de FENOpinaonline: <http://www.fcsh.espol.edu.ec/ComunicacionIndustria-EdgarSalas>. P. 2

Salguero, D. (12 de Marzo de 2016). Perpesctiva de la LC, art. 98 y 100. (F. Wimper, Entrevistador)

Soriano, C. L. (1988). The Marketing Plan. Madrid: Ediciones Diaz de Santos S.A.

Telégrafo. (3 de noviembre de 2013). El 90% de la publicidad apela al sexo.

Telégrafo. (14 de noviembre de 2014). Cordicom aprobó norma que regula la publicidad infantil. Telegrafo.

Tellis, G., & Redondo, I. (2002). Estrategias de publicidadmy promocion. madrid, España: Pearson Educacion, S.A.

Tungate, M. (2008). el universo publicitario. Editorial Gustavo Gili, S.L. P. 4

Veintimilla, A. (2014). telegrafo. El país se encamina a la exportación de publicidad. Obtenido de telegrafo. P. 2

Villalobos, M. (2014). Universidad de lima. Obtenido de <http://www.ulima.edu.pe/pregrado/comunicacion/noticias/la-publicidad-en-brasil-reflexiones-y-tendencias>

Villanueva, J. (2014). Lideres. Obtenido de líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/50-anos-publicidad-conecta-cliente.html>

024. PLAN DE MARKETING PARA EL DESARROLLO DE UNA MARCA DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Autores:

Ing. Sebastián López Montalvo

Ingeniero en Administración de Empresas.
selopez@est.ecotec.edu.ec

MSc. Ángela María González Laucirica

Máster en Gestión Turística. Coordinadora de Publicaciones y docente titular de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador.
agonzalez@ecotec.edu.ec

RESUMEN

Debido a los incentivos brindados por el gobierno en el área de producción nacional, se evidencia que hay mercados potenciales pendientes de ser explorados. El sector cervecero en el Ecuador es dominado por ciertos grupos con gran capital y capacidad, pero la idea es no competir directamente con estos grupos; sino brindar atención a un nicho de este mercado. Y este es el de la cerveza artesanal.

En este proyecto se desea saber a nivel global el conocimiento de este tipo de cerveza en especial por parte del consumidor. Una vez comprobado esto, tomar decisiones a nivel de marketing para saber cómo debe estar diseñado el plan para el supuesto lanzamiento de una marca. Además, ha sido una idea que desde inicios en el 2012 ha motivado al autor. Tiende a ser una cultura que paso a paso va creciendo e involucrarse desde el comienzo puede ser un factor determinante.

La fabricación de este producto requiere de materias primas que no son difíciles de conseguir y además no se requiere de una gran inversión.

Este proyecto es una excelente oportunidad a nivel profesional para analizar al mercado en el que se va a realizar el proyecto. Este proyecto es un reto personal que va a ser afrontado de la manera más seria y comprometida.

INTRODUCCIÓN

La cerveza según expertos en bebidas alcohólicas, llega a ser la primera bebida creada por el hombre. Esta es técnicamente una fermentación alcohólica de diversos cereales y levaduras. Desde tiempos antiguos, esta se ha visto y conocido como un elixir social. Gracias a la interacción de diversas cantidades y calidades de sus ingredientes, se puede obtener distintos tipos de cerveza. Se han tenido registros de su existencia desde el Antiguo Egipto (5500 a.c. – 3100 a.c.), los periodos Grecorromanos, el Imperio Romano, los pueblos Bárbaros, la Edad Media, el Renacimiento, hasta llegar al Periodo Industrial que fue momento clave para su proyección hasta el consumo masivo social que vivimos hoy en día.

Dentro del mercado actual de Guayaquil encontramos un sin número de bebidas alcohólicas de distintos tipos como: ron, vodka, licores, whisky, cerveza, entre otros. Pero indistintamente del amplio mercado que el mercado nos presenta, la cerveza se mantiene como la bebida alcohólica más consumida y demandada por los consumidores. Por esto es que hasta el año 2013 se han registrado oficialmente en el mercado competitivo las siguientes marcas nacionales como también extranjeras:

CERVEZA	NACIONALIDAD	PRECIO PROMEDIO	GRADOS DE ALCOHOL
CORONA	MEXICO	\$ 3.94	5.5
NEGRA MODELO	MEXICO	\$ 2.45	5.3
ERDINGER	ALEMANIA	\$ 6.60	5.3
HEINEKEN	HOLANDA	\$ 1.85	5
BUDWEISER	E.E.U.U.	\$ 2.00	5
BUCKLER	HOLANDA	\$ 1.60	0
MILLER	E.E.U.U.	\$ 1.80	4.7
BARRACUDA BEER	ECUADOR	\$ 2.00	N/A
STELLA ARTOIS	BELGICA	\$ 2.70	5
BECKS	ALEMANIA	\$ 2.40	5
PILSENER	ECUADOR	\$ 1.00	4.2
CLUB	ECUADOR	\$ 1.10	4.4
BRAHMA	BRASIL	\$ 0.65	4.2
CERVEZA PORTEÑA	ECUADOR	\$ 3.00	N/A

Tabla 1 Cervezas en el mercado de Guayaquil
Fuente: Elaboración propia

Antes de debatir si es oportuno lanzar al mercado una nueva marca de cerveza artesanal, se va a revisar la ley fundamentalista y las teorías sobre la oferta y demanda. Como ley se define al modelo económico básico para la formulación de los precios de mercado para el bien o servicio y dar razón del comportamiento del producto frente a la situación macro y microeconómica de una economía.

La demanda y oferta se basa en el comportamiento del producto a partir del precio designado y sus ventas. Su objetivo principal es llegar al "punto de equilibrio". Y este se logra cuando se satisface por completo la necesidad de un mercado y no hay más oferta del producto. Y a partir de este supuesto se establecen las tres leyes principales:

- Cuando la demanda supera a la oferta, aumenta el precio. Y cuando la oferta supera a la demanda el precio disminuye.
- La relación entre la oferta y demanda es inversamente proporcional. Esto significa que cuando un precio sufre un incremento, la demanda disminuye y la oferta incrementa; y viceversa.
- El precio debe ser fijado para que la demanda total iguale a la oferta del producto.

REVISIÓN TEÓRICA

Adam Smith en su libro de "La riqueza de las naciones" escrito en el año 1776, puntualiza que la oferta es responsable del alza o disminución de un precio dentro del mercado. También que la demanda es fijada por la cantidad de personas en la plaza.

Alfred Marshall, economista londinense aportó al campo con supuestos que ocasionaban variación tanto en la demanda como en la oferta, a través del factor tiempo. En cuanto a su teoría de la demanda, él estableció una lista de cinco hipótesis que buscan lógica a la relación entre el precio de mercado y la cantidad del producto demandado. Estas eran: el periodo de tiempo en el que se realiza la estimación de la demanda, los gustos y preferencias del consumidor, poder adquisitivo del mercado, el mismo valor del dinero, y el precio del competidor.

También Marshall aportó con cuatro leyes que sustentan la elasticidad; esta se sustenta en que tan sensible es la demanda ante las variaciones de los precios; de un producto en una economía. Además, analiza la dependencia que tiene el precio de los productos con la elasticidad del mismo. En sus leyes el identifica como elementos principales a la sustitución

del bien, el costo de producción, la elasticidad de sus componentes en la producción, y la oferta de los componentes productivos del producto.

Para este proyecto se realizará un estudio PESTEL. Este estudio se encarga de cuantificar las variables a nivel macro se relacionan con el proyecto, estas variables se encuentran a nivel exógeno y no son está a nuestro alcance influenciarlas ni modificarlas. Estas mismas son resultado de decisiones gubernamentales, comportamiento del mercado, rasgos sociales y culturales de la ciudad.

En este estudio contará también con un trabajo de campo, el cual se definió como tipo de investigación de primera fuente, debido a que el autor va a interactuar con el mercado potencial a partir de encuestas. Las cuales brindarán información clave para reconocer si el proyecto es viable. El tipo de encuestas usado será por conveniencia. Ya que permite, a medida de su desarrollo, una apertura a modificación en cuanto al segmento y el mercado apuntado.

Análisis del Macro Entorno

El PESTEL es una herramienta es usada comúnmente para conocer la situación actual en la que el proyecto se va a desarrollar. A continuación, el análisis.

Político

Desde enero del 2007 Ecuador ha vivido una transición muy drástica en cuanto a todo tipo de cambios (sociales, económicos, políticos, ideológicos, etc). A partir de estos cambios, el gobierno ha volcado su apoyo en el sector de producción nacional apostando con créditos para propietarios de Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) y a los agrícolas por medio de la Corporación Financiera Nacional (CFN). Estos cambios han permitido un crecimiento y movimiento a nivel nacional de productos en el mercado interno.

En el sector cervecero, han nacido emprendedores que han introducido al mercado la cerveza artesanal. Por medio de capital e ideas ya han presentado este producto en el mercado nacional y a pesar de no tener una masiva demanda, el mercado nicho sigue creciendo y puede ser un sector atractivo al cual se pueda apostar.

El centro de la ideología política actual es el eliminar la pobreza, por medio del incentivo en creación de plazas de trabajo originadas por el crecimiento en el sector manufacturero y agrícola ecuatoriano, y apostar por un elevado gasto público que permita mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos.

En marzo del 2015 el gobierno impuso salvaguardias a 2.800 productos que son frecuentemente importados. Estos impuestos son sobretasas arancelarias que oscilan entre el 5% y el 45% dependiendo de su naturaleza a parte de los demás impuestos ya establecidos. Para el mercado nacional esto es una oportunidad muy grande porque restringe a productos extranjeros y permite a la producción nacional surgir y volverse más competitivo dentro del mercado.

El objetivo del gobierno no solo apunta a una visión de prosperidad en cuanto a la producción nacional, sino que también busca volverse más competitivo a niveles de exportaciones. Ya que el Ecuador se maneja con el dólar y no sufre la misma depreciación que otros países vecinos que son competidores directos.

Económico

En los años 2012, 2013 y 2014 Ecuador registro un crecimiento importante en cuanto a tasas del Producto Interno Bruto (PIB). Las cuales fueron 5.2%, 4.6% y 3.8% respectivamente. A pesar que el panorama nos demuestra un desarrollo, en la actualidad este índice está desacelerándose progresivamente. Esto a su vez crea ansiedad en ciertos sectores productivos y de inversión. Ya que una desaceleración crearía escepticismo de consumo por

parte del mercado nacional y un mayor riesgo en el área de inversión tanto extranjera como interna.

Es importante mencionar que la economía ecuatoriana depende mucho de los ingresos generados por el crudo, o el comúnmente conocido "emisión de petróleo" que genera el país. La caída en el valor que tuvo el barril de petróleo a nivel global a principios del año 2015 ha repercutido enormemente en resultados de la balanza comercial, en los presupuestos de gasto público y a los exportadores en su competitividad. Vale mencionar que la economía ecuatoriana es dolarizada por la cual no contiene el instrumento de la devaluación.

Dentro del entorno económico es fundamental revisar los planes estructurados por el gobierno actual para encontrar armonía entre el emprendimiento de un negocio y la ayuda e incentivos por parte de la administración política.

Se revisó el "Plan Nacional del Buen Vivir: 2013-2017". Este diseño tiene 12 objetivos principales, que son pilares de su ejecución e ideología. Pero nos vamos a enfocar mayormente en el Objetivo #8 "Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible". Este busca promover una relación estratégica entre el sector público y privado, con el fin de incentivar las inversiones directas en el mercado nacional. También busca una estructura económica que facilite el financiamiento al desarrollo de sectores estratégicos y a las industrias en general. En el Objetivo #9 "Garantizar el trabajo digno en todas sus formas" busca promover actividades comerciales que permitan generar plazas de trabajo y contribuir al pleno empleo teniendo como fin ser trabajos dignos que sean estables y más eficientes a nivel productivo como también de remuneración. A través de este se busca reestructurar la manera de funcionar a las empresas, con ayuda del gobierno tanto para el trabajador como para el empleador. Por medio de sistemas efectivos y esquemas que respeten y protejan a las dos partes en todo momento.

De la mano del "Plan del Buen Vivir", está la "Transformación de la Matriz Productiva". Que busca principalmente cambios positivos en los indicadores económicos del Ecuador. Para generar estos cambios la matriz productiva se enfoca en prestar atención a la producción nacional, además de fomentar su diversificación y generar un valor agregado mucho más alto del actual. Todos estos cambios están sujetos a variables. Con este molde se busca estimular el desarrollo tecnológico en la producción de bienes y servicios a nivel nacional. En cuanto a la producción, la matriz productiva tiene como fin alcanzar niveles productivos de alta calidad de forma sustentable y sostenible. A partir de esto tener repercusiones positivas a nivel de la economía y brindar apoyo financiero y social a las micro, pequeñas y medianas empresas para así alcanzar condiciones competitivas favorables de los bienes y servicios generados en el país.

La propuesta para el Buen Vivir, esta también acompañada de una Agenda, este documento tiene como meta territorializar los planes generados para el Buen Vivir, su duración se ha fijado en seis años a partir de su implementación en el año 2011. La asignada para Guayaquil es la "Agenda Zonal para el Buen Vivir, Zona de planificación 8". Esta delimita sus estudios y estrategias para la zona de Guayaquil, Durán y Samborondón. La propuesta de esta Agenda es evitar un crecimiento desorganizado y acelerado del sector comercial, incremento de los trabajos informales, el subempleo y una producción no diversificada.

"Zona 8, territorio de importancia económica, ambiental, cultural que genera tecnología, conocimiento y conectividad, contribuyendo a la oferta de productos y servicios de calidad, con principios de sustentabilidad, participación ciudadana, apoyada por una fortalecida y eficiente institucionalidad pública y privada, sustentada en una normativa que garantice el buen vivir de su población". (Desarrollo, Zona de planificación 8, Agenda Zonal para el Buen Vivir, 2011).

Sus objetivos principales son alcanzar altos niveles de productividad dentro de la zona designada en diversos tipos de bienes y servicios, fomentar e impulsar emprendimientos que generen trabajos dignos y formales, conservar y controlar efectivamente los recursos y disminuir de manera progresiva el desempleo.

Con esto claro, se pueden buscar fuentes de financiamiento para el proyecto de ser necesario aparte de asesoría y capacitación brindada por el gobierno. Es claro que hay mucho apoyo y beneficios que provienen del gobierno, ahora es importante analizar a nivel de mercado

interno si el producto pensado tiene una demanda para así dar pie al plan de marketing y generar una propuesta.

Social

Dentro del marco social la cerveza es considerada como un ícono de la identidad de un ciudadano estereotipo. Ya que esta es identificada demográficamente en este mercado como una bebida hidratante para el fuerte calor y humedad que ofrece la ciudad de Guayaquil. Por lo tanto, nuevamente prueba tener aceptación del mercado local. Pero para este proyecto se quiere estudiar la posible introducción de una marca de cerveza artesanal. Actualmente hay poca oferta y contados competidores del nicho de mercado que estamos dirigidos.

Para nosotros la definición de "nicho de mercado" se resume al mercado potencial cervecero que busque dentro de ese mercado, un producto con diferenciados artesanal y "handmade", más hogareño y rústico; pero a la vez distinguido y exclusivo.

Según datos respaldados con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se estima que cerca de un millón de personas consumen alcohol a nivel país. De las cuales un 80% se inclina por un mayor consumo de la cerveza frente a otras bebidas alcohólicas.

Tecnológico y Ecológico

Para la elaboración de la cerveza artesanal es necesaria una serie de equipos y compuestos naturales y químicos para lograr su producción. A continuación, un breve recuadro describiendo cada uno de los procesos:

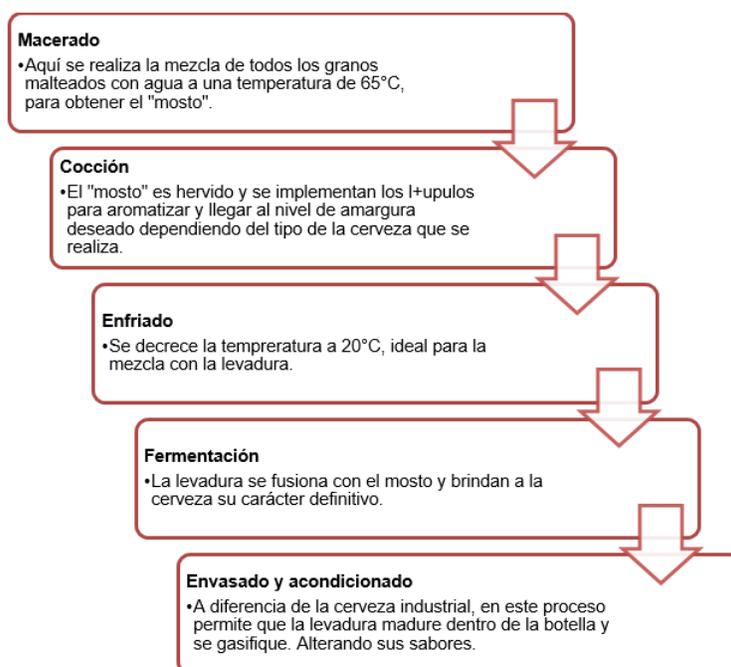


Figura 1 Procesos para la elaboración de cerveza artesanal

Fuente: Elaboración propia

Eso tiene que ver en cuanto a proceso. En cuanto a materias e ingredientes, los principales son:



Lúpulos

De nombre científico "*Humulus Lupulus*", Esta se encarga principalmente de brindar el sabor amargo representativo de esta bebida, a parte de aportar con un aroma singular.



Cereales Malteados

Este esta compuesto por procesos que someten a la cebada, los trigos y otros. El proceso del malteado esta segmentado en tres: remojo, germinación y secado.



Levadura

Ingrediente perteneciente a la familia de los hongos es responsable de la conversión de azúcar en alcohol y gas carbónico, más conocida como la fermentación del mismo.

Figura 2 Materias primas de la cerveza
Fuente: Elaboración propia

Todos los procesos anteriormente descritos se llevan a cabo en un grupo de equipos que permiten una efectiva realización de los mismos. A continuación la descripción de la maquinaria necesaria para la elaboración de cerveza artesanal.



Figura 3 Maquina de cerveza artesanal

Fuente: <http://www.guiadeemprendedor.com.ar/>

Este sistema está compuesto por tres ollas de acero inoxidable, cada una con capacidad de 50 litros. Todas poseen tapas de acero y manijas. Tres quemadores de 8.000 calorías por hora. Un enfriador de una etapa, además de una bomba eléctrica para altas temperaturas. Y finalmente un fermentador de material plástico con capacidad máxima de 60 litros. Este equipo necesita conexión de agua y gas permanente. Su producción data una cantidad mensual de 240 litros netos de cerveza artesanal. Esta máquina de procedencia argentina tiene un precio de aproximadamente \$12.970 dólares americanos, sujeto a cambios por cargos de arancel y otros impuestos.

Legal

A pesar que la implementación de las salvaguardias es considerada en el área política, también se relaciona con lo legal ya que esta afecta a los compromisos internacionales que posee el Ecuador. Las salvaguardias son usadas por los gobiernos para garantizar cierta libertad ante situaciones comercial o económicas adversas, esta herramienta es de uso temporal (máximo por un tiempo de 4 años) con el fin de mejorar los resultados de la balanza de pagos de una economía, en este caso de Ecuador. Para el caso específico de las cervezas, el país maneja un arancel compuesto el cual se detalla a continuación:

Arancel Compuesto	Valor
“Ad Valorem Específico”	0.25 USD por grado alcohólico contenido por litro.

Tabla 2 Arancel a bebidas alcohólicas extranjeras.

Fuente: Elaboración propia

Principalmente este arancel fue dirigido a bebidas alcohólicas con alto contenido alcohólico. Por ende, la cerveza no se vio afectada en mayores dimensiones. Y para este proyecto, este tipo de aranceles ayudan a que el producto nacional sea más competitivo frente al extranjero por sus elevados precios, ya que la producción nacional no afronta ningún tipo de arancel ni impuesto. Como es de conocimiento general, todo producto que sea de consumo humano debe cumplir con leyes de salud establecidas por el gobierno para que este mismo sea lanzado al mercado. En el país para que un producto sea autorizado para la comercialización es necesario que este posea el Registro Sanitario. Esta es una certificación que se otorga a todos los productos alimenticios y de uso humano, tiene una validez de 5 años. A parte el producto debe pasar por revisiones del Ministerio de Salud Pública, las cuales se realizan por medio de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

METODOLOGÍA

Estudio de Mercado

El estudio de mercado para este proyecto se realizó en la ciudad de Guayaquil, y está dirigido a estudiantes universitarios mayores de edad. El formato de la encuesta es el siguiente:

ESTUDIO DE MERCADO: CERVEZA ARTESANAL EN GUAYAQUIL

***Obligatorio**

¿Ha probado alguna vez cerveza artesanal? *

- SI
- NO

Si respondió “SI” a la pregunta anterior, ¿Nota alguna diferencia significativa entre la cerveza de producción industrial y la artesanal?

- SI
- NO

¿Usted conoce alguna marca de cerveza artesanal? *

- SI
- NO

¿Se siente atraído por consumir cerveza artesanal? *

1 2 3 4 5

Para nada Muy atraído

Para usted, ¿Cuál es el diferenciador estrella de este producto? *

Escoja una

¿Estaría dispuesto a pagar más por una cerveza artesanal? *

Precio promedio de Cerveza industrial \$1.25 - Cerveza artesanal promedio \$3.00

- SI
- NO

Con esta encuesta se busca estimar si hay conocimiento de la cerveza artesanal en el mercado, verificar su consumo, conocimiento de marcas, predisposición para su consumo y hacer un alcance a la demanda inicial. Obtener la perspectiva del producto desde el punto de vista del potencial consumidor es determinante para este estudio. Una vez obtenida la información se realizará un análisis detallado de cada variable cuestionada en el formulario y de esta manera concretar información cuantitativa y llevarla a números para ver su factibilidad. Como se mencionó en el marco teórico, se utilizó la gestión de encuestas por conveniencia, en las cuales se realizaron 100 encuestas a estudiantes mayores de edad de las instituciones superiores: Universidad ECOTEC, Universidad Santa María, Universidad Espíritu Santo y la Universidad Casa Grande. Con el objetivo de tener definido nuestro target, jóvenes mayores de edad pertenecientes a la clase media – alta.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Ahora se dará lugar al análisis de las preguntas realizadas en el formulario de entrevistas previamente revisado:

¿Ha probado alguna vez cerveza artesanal?

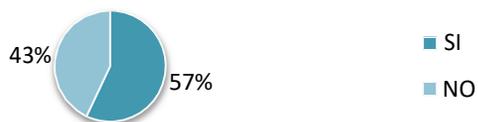


Gráfico 1 Análisis de formulario de encuesta, pregunta #1.
Fuente: Elaboración propia

El 57% de los encuestados ya ha probado la cerveza artesanal, por lo que nos brinda un resultado favorable frente al supuesto lanzamiento de marca de una nueva. A pesar que este tipo de cervezas no es muy popular en el mercado, mucha gente ha mostrado interés en su consumo. Mientras que el 43% restante alega a la falta de oportunidad o su desconocimiento por este producto. Es importante potenciar la campaña de promoción en el marketing mix para hacer de este producto, uno conocido en el mercado y maximizar su consumo.

Si respondió "SI" a la pregunta anterior, ¿Nota alguna...



Gráfico 2 Análisis de formulario de encuesta, pregunta #2.
Fuente: Elaboración propia

El 55% de las personas encuestadas si encuentran diferencia entre la cerveza de producción masiva y la artesanal. La cual nos abre la incógnita sobre que factor es el más reconocido por ellos y el mayor diferenciador entre estos dos productos que a pesar de ser cervezas, pertenecen a distintos mercados. Más adelante se dará lugar al análisis de cuál es el elemento que hace en este producto mayor diferencia.

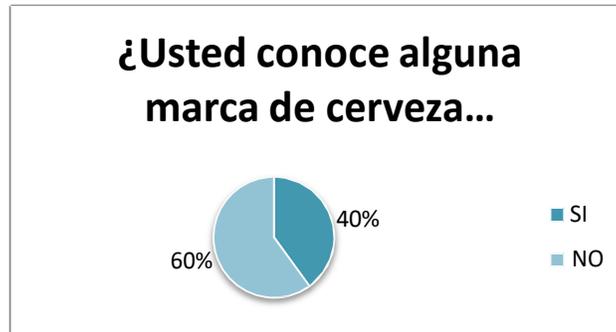


Gráfico 3 Análisis de formulario de encuesta, pregunta #3.
Fuente: Elaboración propia

De los 100 encuestados, el 60% afirma no tener una marca en su “top of mind”. Pero resultados anteriores muestran que si han degustado del producto. Esto nos brinda una apertura en el mercado para lanzar nuestra marca y ocupar el primer lugar en la mente del consumidor, ya que marcas actuales no lo han hecho. Esto se logrará por medio de la promoción del marketing mix que involucrará una estrategia de publicidad.

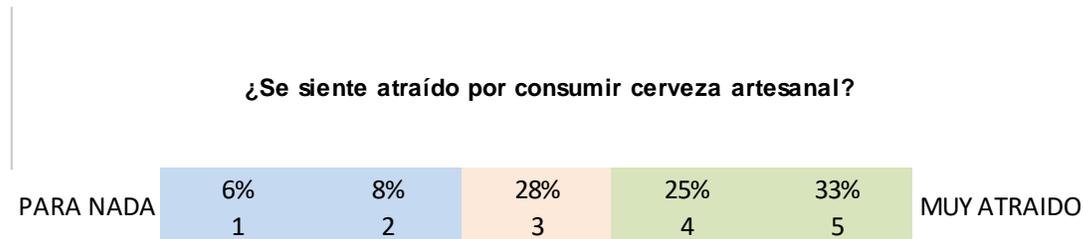


Gráfico 4 Análisis de formulario de encuesta, pregunta #4.
Fuente: Elaboración propia

Del total de los encuestados, un 58% se siente muy atraído por consumir la cerveza artesanal. Es un buen indicador ya que, con el plan de este proyecto, ahora se va a enfocar a persuadir el 42% restante de los potenciales consumidores a través de una gestión de marketing acertada y provocativa.



Gráfico 5 Análisis de formulario de encuesta, pregunta #5.
Fuente: Elaboración propia

De las tres opciones que se brindó al encuestado, indiscutiblemente el diferenciador estrella de este producto y el más reconocido por sus consumidores es el “sabor”. Este es un resultado importante para nuestro marketing mix, ya que este diferenciador se volverá pilar para captar la atención del mercado y promocionarlo por su diferencia en sabor versus a la cerveza tradicional. Sin dejar atrás, los procesos artesanales fueron la segunda opción por preferencia de los encuestados. A pesar de no ser el primero, este indicador es vital a la hora de presentar el producto en el mercado.

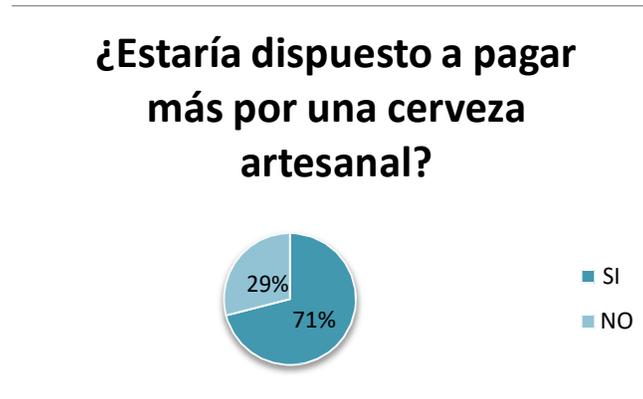


Gráfico 6 Análisis de formulario de encuesta, pregunta #6.
Fuente: Elaboración propia

El 71% de los encuestados muestra una intención por adquirir una cerveza artesanal a un mayor precio sobre la industrial, como ya se detalló anteriormente, por su sabor y los procesos artesanales que sí son valorados por el consumidor. Por otro lado, el 29% de los encuestados que no estarían dispuestos a pagar un mayor valor por este producto, el 28% se siente muy atraído por consumir el producto. Por lo que se debe enfocar a una gestión efectiva de marketing para persuadir a este grupo escéptico de potenciales consumidores.

Para concluir con el estudio de mercado, hay una apertura y conocimiento por la cerveza artesanal. Sin embargo, el plan de marketing debe estar enfocado a resaltar el diferenciador de sabor y procesos artesanales que este posee para incentivar al mercado su consumo. También prestar atención al hecho que no todos conocen el producto, y que en la actualidad no existe una marca referencial de este segmento. Estos son datos que servirán en nuestra propuesta y a largo plazo potenciarán nuestra marca.

Marketing Mix

Para Philip Kotler, “La mezcla de marketing es el conjunto de herramientas tácticas controlables, que la empresa combina para obtener la respuesta que desea en el mercado meta” (Philip Kotler, 2007). Ahora este modelo se desarrolla de la siguiente manera:



Figura 4 Esquema de Marketing Mix
Fuente: Elaboración Propia

Producto



Figura 5 Etiqueta y logo de la marca
Fuente: Elaboración propia

“Pacific Elixir” nace por el hecho que la marca es de Guayaquil; ciudad por ser conocida como “Perla del Pacífico”; es el nombre de nuestra cerveza artesanal. Tiene como objetivo representar al nicho de mercado que está dirigida la campaña. Su esencia es brindar al consumidor una imagen de exclusividad, sofisticación e identidad única que no brindan las otras marcas.

La marca poseerá tres tipos de cerveza artesanal:

- I. Stout: Esta es una cerveza que nace en Gran Bretaña, pertenece al tipo “Ale”. Es una cerveza muy oscura y reconocida por ser de las más fuerte en cuanto a sabor y contenido de grado alcohólico (7%-8%).



Figura 6 Ejemplo de cerveza Stout
Fuente: <http://www.cervezadeargentina.com.ar/recetas/imagenes/stout4.gif>

- II. Indian Pale Ale: Cerveza conocida tradicionalmente por su consumo en el siglo XVIII en Inglaterra, se caracteriza por un alto índice de alcohol y gran contenido de lúpulo. Fue creada así para mejorar su conservación con referencia al tiempo de elaboración y consumo en climas cálidos, su elaboración evita que la cerveza caduque y se vuelva agria en sitios de calor, como lo es Guayaquil.



Figura 7 Ejemplo de cerveza Indian Pale Ale

Fuente: <http://www.cervezadeargentina.com.ar/recetas/imagenes/indiapaleale.gif>

- III. Weisse: Conocida también como “cerveza blanca”, es una bebida representativa del sur de Alemania. Se caracteriza por su elaboración principalmente de malta de cebada y un alto contenido de malta de trigo. La cual brinda un color extremadamente rubio a la cerveza y un sabor indistinto a vainilla.



Figura 8 Ejemplo de cerveza Weisse

Fuente: <http://www.cervezadeargentina.com.ar/recetas/imagenes/trigo1.gif>

Esta diversidad permite que la marca esté presente en los tipos de cerveza negra, las tostadas y las rubias.

Su presentación será una botella de 355 ml. La que actualmente circula en el mercado y todas las demás marcas usan por su practicidad y por su cumplimiento de las regulaciones legales. A parte de ser estratégicamente hechas para su fácil manipulación y una logística efectiva. A continuación, el diseño:



Figura 9 Producto final

Fuente: Elaboración propia

El diseño fue realizado para materializar la visión que se tiene del producto, una cerveza elegante, delicada, dedicada para un grupo selecto de personas.

Precio

Dentro de la formulación de este marketing mix es importante mencionar que esta es la única variable que aporta con ingresos reales. El precio es un elemento que debe ser manejado con mucha sensibilidad y delicadeza. Ya que a través de este también se crea una percepción e imagen en el consumidor. Es vital en este proyecto que el precio fijado sea un valor que sea identificado como costoso y no como caro. El contraste se basa en que un producto costoso, es a pesar de su alto valor, un producto que vale lo que cuesta. Mientras que un producto caro es aquel que su alto valor no compensa la experiencia del consumidor con el producto. Y es por esto que para el inicio de gestión se va a fijar un precio en relación con la competencia. Esta estrategia a pesar de ser aplicada a productos o servicios que no poseen un diferenciador claro y de peso, facilitaría la penetración del producto al mercado. Pero a un largo plazo se debe revisar las ventas e indicadores para seguir con la evolución del producto, y valorar con argumentos una fijación de precios psicológica. Esta fijación de precios psicológica logra que el producto se ubique a partir del valor en una escala de importancia y exclusividad para el

consumidor. Por esto es que el precio de lanzamiento sería de \$3.00 y a largo plazo, de cumplirse con las expectativas de desarrollo, el precio por botella se elevaría a \$3.50 hasta alcanzar el precio de \$5.00 e identificarnos como la marca de mayor prestigio de cervezas artesanales.

Plaza

El objetivo final de la definición de plaza es dirigir las actividades y acciones para que el producto esté a disposición del consumidor. Nuestro mercado meta son jóvenes mayores de edad que pertenezcan a un nivel socio económico medio – alto.

Nuestra plaza se desarrolla estratégicamente en Guayaquil, la cobertura será a nivel ciudad y el diseño de la cadena de abastecimiento es el siguiente:



Figura 10 Esquema de Supply Chain

Fuente: Elaboración propia

El lugar de producción y bodegaje se realizará en un sitio apropiado que cumpla con las regulaciones sanitarias respectivas en el sector de Daule, entorno reconocido por ser industrial y por su facilidad de acceso a la ciudad.

Dentro de los autoservicios que van a ser clave en nuestro plan de supply chain serán:

- Corporación La Favorita (Megamaxi y Supermaxi)
- Corporación El Rosado (El Comisariato e Hipermarket)
- El Bodegón
- La Taberna
- Nelson Supermarket
- Bar “La Rayuela”
- Bar “Paleta”
- Bar y restaurante de “Club la Unión”
- Restaurante “La Rivera”
- Restaurante “Chilli’s”
- Hotel “Hilton Colón”
- Hotel “El Oro Verde”
- Hotel “Sheraton”

Para el inicio no se va a requerir de la compra de camiones y se trabajará por medio de fletes pagados a empresas de logística.

Promoción

Aquí es donde se desarrollan todas las actividades que tienen como fin comunicar al mercado nuestra marca, el producto que se brinda, las ventajas y busca mayormente persuadir al cliente.

El objetivo para el que se realiza este plan será para persuadir al consumidor y nuestro producto sea el favorito. Por medio de la implementación y desarrollo de estrategias

publicitarias se quiere incentivar al consumo, preferencia y potenciar los atributos de la cerveza artesanal que, gracias al estudio de mercado, si posee fuertes diferenciadores como lo son el sabor y los procesos artesanales.

Como etapa inicial y de lanzamiento no se va a poder desarrollar una campaña masiva por los medios de comunicación. Nos vamos a enfocar principalmente en el manejo de herramientas y aplicaciones web como lo es Facebook, Instagram, Twitter, entre otras redes sociales como medio para promocionar nuestra marca "Pacific Elixir". P. Kotler en su libro destaca: "Internet está revolucionando la forma en las que las compañías generan valor para los clientes y forjan relaciones con ellos." (Philip Kotler, 2007).

Este tipo de herramientas son convenientes por su alta selectividad, bajo costo, gran capacidad de seguimiento y la interactividad que se puede tener con el consumidor final. Estas herramientas están también destinadas como medio para implementar un Customer Relationship Management (CRM) y desarrollar una relación post-venta con el cliente.

En nuestra primera etapa, además de promover el producto por medio de bares, autoservicios y restaurantes. Se implementará una promoción de un año que consista en el descuento por compra directamente a la fábrica del 20%, es decir nosotros. Esta acción pretende motivar las ventas iniciales y tener una manera más de hacernos conocer en el mercado.

También se tomará participación de las ferias más importantes en Guayaquil:

- "Feria Internacional de la Gastronomía en Ecuador", desarrollada en Guayaquil anualmente en el mes de agosto.
- "Oktoberfest", festival desarrollado en el mes de octubre en la ciudad de Guayaquil, auspiciado por el Hilton Colon. Esta feria se basa en la presentación de cervezas y un conmemorativo a la cultura alemana por su aporte en la sociedad.

En la actualidad los medios tradicionales de publicidad están cada vez quedando más atrás. Y los medios digitales, que a su vez son más personalizados, permiten a las empresas desarrollar de mejor manera su comunicación con el consumidor y tener mayor control del segmento al que se dirigen. Además de poseer un mejor manejo de resultados y transmitir su mensaje de manera más clara.

Dentro de nuestras campañas los atributos que más resaltan son los siguientes:



Figura 11 Diferenciadores estrellas del producto
Fuente: Elaboración propia

Y a partir de estos es que se generarán las estrategias de publicidad y marketing.

Con este programa de marketing, se busca combinar de manera efectiva y eficaz la mezcla de los cuatro elementos anteriormente desarrollados, en un programa coordinado y diseñado para alcanzar los objetivos del proyecto. Por medio de este plan se busca un fuerte posicionamiento de la marca y llegar al "top of mind" del consumidor.

CONCLUSIONES

Los estudios realizados muestran que el proyecto de lanzar una marca de cerveza artesanal en Guayaquil si es viable. Actualmente en el mercado, a pesar de que, si existen marcas presentes, para el consumidor no hay una que llegue a su "top of mind" y es una ventaja como también oportunidad para el proyecto, aprovechar que este segmento no ha sido posicionado por un competidor fuerte.

Para lograr esto es necesaria una gestión clara y eficiente del marketing mix. La cual brindará al proyecto la apertura para captar nuevos y valiosos consumidores; y a su vez por medio de una estrategia de marketing, fidelizar desde primera instancia al cliente. Esto se realizará a través de la presencia de la marca en las redes sociales y las ferias más importantes de la ciudad.

Es importante agregar que a pesar que este producto no haya sido degustado enteramente por nuestro mercado meta, si hay una firme intención de consumo. Demostrado por nuestro estudio de mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Censos, I. N. (2013). *INEC*. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&

Comercial, P. C. (2014). *Estudio de Mercado Cerveza Artesanal en Ecuador*.

David, F. (2003). *Conceptos de la administración estratégica*. México D.F.: Pearson Education.

Desarrollo, S. N. (2011). *Zona de planificación 8, Agenda Zonal para el Buen Vivir*. Quito: Senplades.

Desarrollo, S. N. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir: 2013-2017*. Quito: Senplades.

Estratégicos, M. C. (2013). *Sectores Estratégicos: Matriz Energética*.

Ferrel, O. C. (2012). *Estrategia de Marketing*. Cengage Learning.

Ferrell O. C., H. G. (2009). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante*. México D.F.: Mc Graw Hill.

García, G. F. (2012). *Guía para elaborar planes de negocios* (Segunda ed.). Quito, Ecuador: Editorial Ecuador.

Hall, D. J. (2007). *Business Studies* (Third Edition ed.). México D.F.: Causeway Press Ltd.

INEC. (2011). *El Universo*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2011/09/01/1/1355/guayaquil-2291158-habitantes.html>

Kotler, P. (2003). *Dirección de marketing*. México DF: PEArson Education.

Philip Kotler, G. A. (2007). *Marketing: Versión para latinoamérica*. México D.F.: Pearson Education.

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing*. México D.F.: Mc Graw Hill

LÍNEA TEMÁTICA:

**TECNOLOGÍAS
DE LA
INFORMACIÓN Y
LA
COMUNICACIÓN**

ISBN: 978-9942-960-07-8

001. DOMÓTICA: OBSTÁCULOS Y RETOS PARA SU MASIFICACIÓN.

Autor:

Ing. Alleiny Machado Sosa. MSc.

Catedrático a tiempo completo de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Guayaquil, Ecuador.

amachado@ecotec.edu.ec

Resumen.

La tecnología encuentra en los hogares o inmuebles en general un campo de aplicaciones con infinidad de posibilidades, y la Domótica es una de ellas. Este término, procede del latín domus (casa y hogar) y del griego automática (que actúa autónomamente).

La Domótica es una disciplina fuertemente técnica que sin embargo tiene una arista social no menos importante la cual, lamentablemente, es poco tomada en cuenta aunque aporte indiscutiblemente a los obstáculos que impiden que esta se masifique. En este sentido la Domótica consiste en introducir infotecnología en los hogares para mejorar la calidad de vida de sus habitantes y ampliar sus posibilidades de comunicación, automatizando procesos domésticos e intercomunicando tanto estos procesos como los residentes del hogar entre sí y con el exterior. La infotecnología es pues la herramienta, las personas sus destinatarios y la satisfacción de determinadas necesidades suyas su objetivo [6]. En este trabajo pretendemos primeramente hacer un análisis desde el punto de vista técnico pero sin entrar en detalles, así como también desde el punto de vista social para, desde ambas perspectivas, identificar que obstáculos enfrenta la Domótica para masificarse como cotidiana y seguidamente propondremos los retos desde el punto de vista técnico-social que permitirán superar tales obstáculos y acercar la Domótica a la vida cotidiana de todos.

Palabras claves: Domótica, sensores, actuadores, redes domésticas, dispositivos móviles.

Introducción.

Los diccionarios franceses incorporaron el término domotique a partir del año 1998. Esta palabra se introdujo en España por los Pirineos como Domótica, que procede del latín domus (casa, domicilio) y del griego αὐτόματοϛ, automática (aunque existen autores que opinan que deriva de informática, como defiende el Diccionario de la RAE, o incluso de robótica).

El origen de la Domótica se remonta a los años setenta, cuando en Estados Unidos aparecieron los primeros dispositivos de automatización de edificios basados en la aún hoy exitosa tecnología X-10 [4]. Estas incursiones primerizas se alternaron con la llegada de nuevos sistemas de calefacción y climatización orientados al ahorro de energía, en clara sintonía con las crisis del petróleo. Los primeros equipos comerciales se limitaban a la colocación de sensores y termostatos que regulaban la temperatura ambiente. La disponibilidad y proliferación de la electrónica de bajo costo favoreció la expansión de este tipo de sistemas, despertando así el interés de la comunidad internacional por la búsqueda de la casa ideal. Los ensayos con electrodomésticos avanzados y otros dispositivos automáticos condujeron a comienzos de los años noventa, junto con el desarrollo de los PC y los sistemas de cableado estructurado, al nacimiento de aplicaciones de control, seguridad, comunicaciones que son el germen de la Domótica actual [6].

En este sentido conviene delimitar el significado del término Domótica, el cual resulta ciertamente complicado puesto que recoge conceptos en cambio permanente y bajo discusiones continuas. La Domótica se aplica a los sistemas y dispositivos que proporcionan algún nivel de automatización dentro de la casa, pudiendo ser desde un simple temporizador para encender y apagar una luz o aparato a una hora determinada, hasta los más complejos sistemas capaces de interactuar con cualquier elemento eléctrico del hogar. La vivienda domótica es por tanto "aquella que integra un conjunto de automatismos en materia de electricidad, electrónica, robótica, informática y telecomunicaciones, con el objetivo de asegurar al usuario un aumento del confort, la seguridad, el ahorro energético, las facilidades de comunicación y las posibilidades de entretenimiento"[6]. Se pretende con ello integrar todos los aparatos del hogar a fin de que funcionen de la forma más eficaz posible y con la necesidad de una intervención mínima o inexistente por parte del usuario.

Toda esta gama de posibilidades, potencialidades y características deseables de los sistemas domóticos está sustentada en la actualidad por la presencia en el mercado de una gran variedad de tecnologías, muchas ellas propietarias e incompatibles entre sí, que van desde el nivel más bajo como sensores, actuadores, electrodomésticos, aparatos electrónicos inteligentes, hasta el nivel superior de sistema, con una gran variedad de tecnologías, protocolos y topologías de redes que dan vida a una Domótica heterogénea de elevado costo y difícil acceso en la mayoría de los casos.

Por otro lado la complejidad es un fenómeno frecuente que acompaña a gran parte de las actividades humanas. De sentido común es afirmar que un objeto complejo es aquél caracterizado por tener muchas partes interrelacionadas y ser de difícil comprensión. La Domótica lo es por varias razones. En primer lugar, el funcionamiento de los dispositivos domóticos descansa en fenómenos físicos complicados, como la mecánica cuántica o el efecto fotoeléctrico. Además, uno solo de estos aparatos puede desempeñar tareas diversas y no necesariamente simples.

En segundo lugar, hablar de Domótica es hablar de sistemas integrados por muchos y diversos componentes, que no siempre interactúan de forma sencilla. Por último, y más importante aún, la Domótica es compleja porque enfrenta sistemas técnicos con sistemas sociales donde la actitud de los individuos ante la tecnología, sus motivaciones y necesidades cambiantes, o el impacto de los sistemas técnicos en la vida de las personas lo corroboran.

En el desarrollo de este trabajo pretendemos exponer las dos grandes barreras que enfrenta una masificación real de la domótica: el costo y diversidad desde el punto de vista técnico de sus partes y componentes y la complejidad tanto en instalación y configuración como en explotación, esta última vista desde una perspectiva social.

Finalmente proponemos una estrategia que, como reto, permita superar tales obstáculos económicos y sociales simplificando la infraestructura necesaria y dotando de mayor inteligencia y funcionalidades a los equipos que conformarán el sistema. Todo lo anterior basado en las tendencias actuales de conectividad inalámbrica y aprovechando la popularidad y el uso extendido de los dispositivos móviles.

Desarrollo.

Modelo de Tres Niveles de Complejidad.

Esta teoría fue propuesta inicialmente por Sáez Vacas[1] para estudiar y estratificar la complejidad que caracteriza a los entornos informáticos. Aunque los razonamientos se establecieron hace más de treinta años y concretamente se desarrollaron para el ámbito de la informática, aplicados posteriormente a la ofimática [2] la esencia del modelo goza aún hoy de buena salud y sigue siendo bastante independiente del campo de aplicación.

Sáez Vacas jerarquiza la complejidad en tres niveles. El primero de ellos recoge la complejidad de los objetos aislados; en el caso de la informática comprende la complejidad de circuitos, algoritmos, programas etc. tratados como objetos separados de otros; para la Domótica estos elementos son electrodomésticos, sensores, actuadores etc. Los especialistas hacen frente a este tipo de complejidad y los individuos no tienen dificultades en identificarla. En términos más amplios, se trata de la complejidad de los elementos constitutivos de un sistema, considerados por separado. Enfocar estos elementos como un todo único supone ascender un nivel en la jerarquía de la complejidad.

En efecto, aparece el segundo nivel de complejidad porque los objetos en general no están aislados sino que se interrelacionan a fin de lograr unos determinados objetivos. Así aparecen los sistemas y la complejidad de orden superior que llevan aparejada: la complejidad sistémica. Existen múltiples ejemplos tanto en el campo como en el de nuestro particular interés, la Domótica. Se trata de un nuevo nivel de complejidad en tanto que del conjunto de objetos que conforman el sistema surgen propiedades novedosas y distintas a la mera suma de las propiedades de los elementos que lo componen. Concretamente, aparecen interrelaciones que antes o no existían o no eran de interés, que ahora se erigen como fundamentales para describir el comportamiento del conjunto.

Por último, aparece el tercer nivel de complejidad, fruto de la interacción no siempre convivencial de los sistemas tecnológicos con los sistemas sociales, que da lugar a la complejidad antropotécnica. El estudio de las interfaces, la aceptación social de la tecnología, el impacto económico de una cierta innovación

tecnológica etc. todos ellos caen dentro de este tercer nivel. La complejidad asociada a este nivel crece exponencialmente en términos cualitativos y cuantitativos: no se trata de formalizar y estructurar los aspectos puramente técnicos de los dos niveles inferiores, sino de incorporar al modelo la ingente problemática social de la tecnología, por naturaleza voluble, poliédrica y nada sencilla. Es aquí donde el observador desempeña un papel activo y fundamental al formar parte del propio sistema, interactuando y evolucionando con él.

En otro orden de cosas, se debe señalar la importancia de los intereses del observador y su punto de vista particular a la hora de fijar para cada caso concreto dónde acaban los objetos individuales para convertirse en sistemas o, dicho en otros términos, la frontera entre los dos niveles inferiores.

En definitiva, el modelo estratifica la complejidad en tres niveles en función de las motivaciones del observador. Si bien para cada nivel los conceptos, técnicas y supuestos son distintos y específicos, esta situación es compatible desde el punto de vista técnico con que en términos de construcción todo nivel está incluido en el superior.

El paso del tiempo ha demostrado la solidez y generalidad de este modelo sencillo, que, a efectos del presente trabajo, constituye una herramienta válida para analizar con orden el complejo mundo de la Domótica.

Figura 1. Domótica y Modelo de Tres Niveles de Complejidad

	Modelo Original (Sáez Vacas, 1983)	Modelo de Ofimática (Sáez Vacas, 1990)	Aplicación a la Domótica
Tercer Nivel	<p>Complejidad antropotécnica</p> <ul style="list-style-type: none"> · Complejidad de la interacción tecnología-sociedad 	<p>Sistema ofimático</p> <ul style="list-style-type: none"> · Proceso global ofimático: toma de decisiones, tecnología y trabajadores... 	<p>Sistema doméstico</p> <ul style="list-style-type: none"> · Teleservicios, interfaces, privacidad...
Segundo Nivel	<p>Complejidad sistémica</p> <ul style="list-style-type: none"> · Complejidad de los objetos interconectados 	<p>Sistema técnico ofimático</p> <ul style="list-style-type: none"> · Integración de herramientas, procesos sistémicos 	<p>Sistema técnico doméstico</p> <ul style="list-style-type: none"> · Redes de control, multimedia, datos...
Primer Nivel	<p>Complejidad individual</p> <ul style="list-style-type: none"> · Complejidad de los objetos aislados 	<p>Caja de herramientas</p> <ul style="list-style-type: none"> · Tratamiento de textos, hoja de cálculo, agenda electrónica... 	<p>Caja de herramientas</p> <ul style="list-style-type: none"> · Dispositivos domésticos: sensores, actuadores...

Fuente: Sáez Vacas (1990)

Para afrontar con garantías de éxito la complejidad de la realidad (y más aún cuando interviene la tecnología) es preciso acudir a la simplificación. Idealmente se simplifica con el objetivo de conocer y de actuar, de resaltar lo trascendente y descartar lo superfluo, de hacer ciencia. Todos simplificamos, aunque las razones para hacerlo no sean siempre tan elevadas.

En este sentido la creciente sofisticación que protagonizan las innovaciones tecnológicas y su interacción con los sistemas sociales generan escenarios altamente complejos en los que surge la necesidad de simplificar. Este fenómeno es de plena actualidad en el campo de la infotecnología y de sus múltiples ramificaciones.

El Modelo de Tres Niveles de Complejidad mostrado anteriormente es el punto de partida y el soporte teórico para enfocar los esfuerzos en simplificar la Domótica en cada uno de sus niveles de complejidad buscando superar los obstáculos que encuentra en su masificación.

Un análisis más detallado sobre el segundo nivel de complejidad, enfocado en las tendencias actuales de productos y servicios asociados al acceso a Internet desde los hogares, nos permite proponer una línea de dispositivos que se ubiquen en el primer nivel de complejidad, que estén basados en tecnologías modernas, de bajo coste y altas capacidades de procesamiento y que permitirán a su vez simplificar los procesos de instalación, configuración y explotación superando de esta manera las barreras que el costo y la complejidad entrañan en el campo de la domótica y que subsisten hasta hoy.

Observando el Modelo reticular del hogar domótico [3] mostrado en la figura 2 y sobre el cual están basados la mayoría de los sistemas domóticos actuales y que da soporte al segundo nivel de complejidad, podemos distinguir tres tipos de redes domésticas: Red de datos, Red Multimedia y Red de Control.

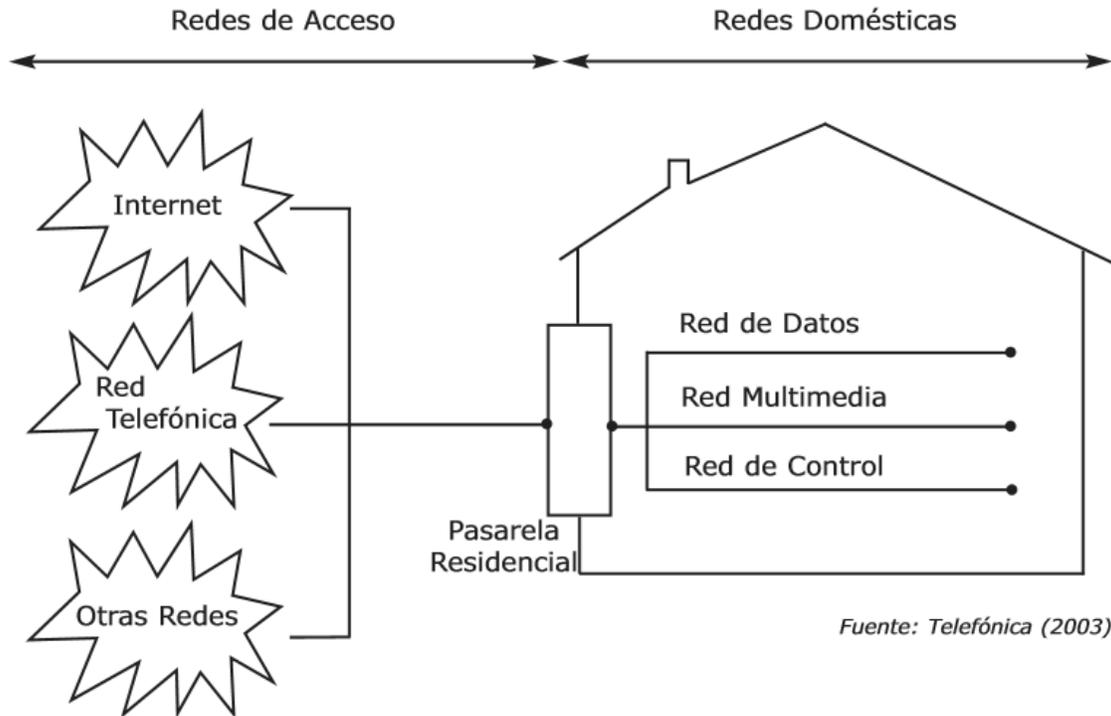


Figura 2. Modelo reticular del hogar doméstico.

A su vez también podemos distinguir varios tipos de redes de acceso entre ellas la Internet y la Red Telefónica entre otras que pueden subsistir en la actualidad.

Las redes domésticas permiten la comunicación de los diferentes dispositivos de la vivienda entre sí (primer nivel de complejidad) y con el exterior a través de la pasarela residencial.

Red multimedia.

La red multimedia o de entretenimiento es aquella a la que se conectan los distintos equipos de ocio o electrodomésticos de línea marrón del hogar: vídeos, radios, cámaras, televisores, videoconsolas, etc. Algunas de las aplicaciones soportadas por esta red son los videojuegos en red, la difusión de la señal de televisión de pago desde el descodificador al resto de estancias de la vivienda, el envío de audio y vídeo desde el portero automático etc. La existencia de una red dedicada para los equipos de audio y vídeo se debe a los especiales requisitos que éstos imponen al sistema, a saber: ancho de banda elevado, umbral en la calidad de servicio, retardos controlados y bajos.

Los equipos que interconecta la red multimedia son altamente heterogéneos. Es

preciso armonizar los protocolos de comunicación de los dispositivos con el fin de garantizar su interoperabilidad, sin descuidar que la complejidad de éstos quede oculta a los ojos de los usuarios, garantizando así una mayor sencillez en su manejo.

La arquitectura de la red multimedia es distribuida, con la inteligencia desplazada hacia los terminales. Habitualmente los distintos equipos interconectados pueden comunicarse entre sí de forma directa, si bien existen ocasiones en las que la intermediación de la pasarela residencial puede ser necesaria.

Red de control.

La red de control de dispositivos domóticos es la responsable del control sobre la automatización de la vivienda. Aunque a priori es independiente de las redes de datos y multimedia, puede interactuar con ellas a través de la pasarela residencial.

Red de datos.

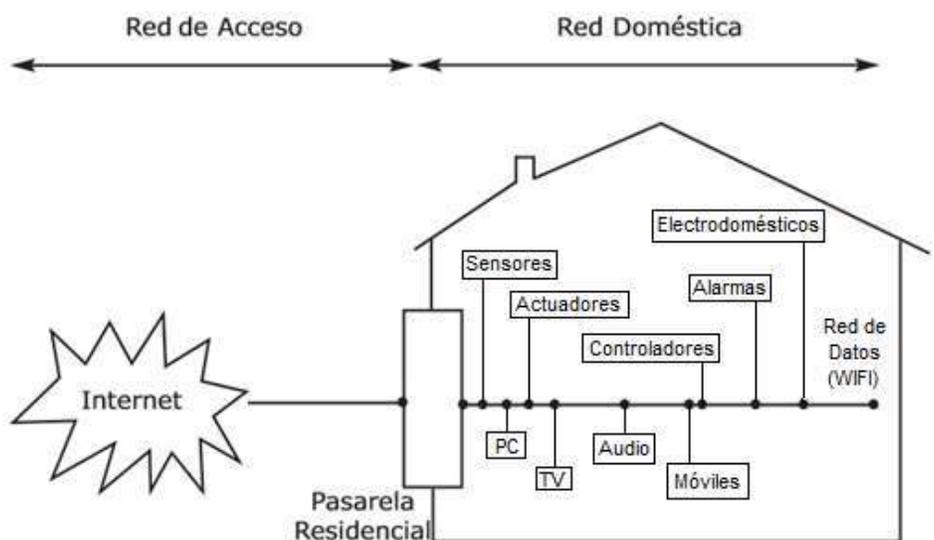
La red de datos se emplea para la interconexión de ordenadores, impresoras, escáneres, etcétera. Esta red permite compartir recursos informáticos, comunicar mensajes con destino, bien dentro de la vivienda, bien hacia el exterior, con la intermediación de la pasarela residencial, y todo ello de forma simultánea al posible uso del teléfono. Hoy en día está muy extendida en los hogares este tipo de red de datos con tecnología inalámbrica WIFI.

Simplificando la Domótica.

Un análisis más profundo sobre la red de datos, en especial la basada en tecnología inalámbrica WIFI, por su uso tan extendido y facilidad de instalación, nos dice que esta puede asumir perfectamente en su totalidad el rol que cumplen las demás redes domésticas mencionadas [7]. Este enfoque por un lado simplificaría en gran medida el segundo nivel de complejidad del modelo de tres niveles analizado anteriormente además que abarataría en gran medida los costos de infraestructura e instalación necesarios al soportar sobre una única red el intercambio de datos donde estos datos podrán ser de naturaleza multimedia, control o de cualquier tipo, solo distinguibles por los dispositivos emisores y receptores de los mismos en el sistema.

Lo planteado anteriormente deja claro que un intento por simplificar el nivel de sistema implica la creación de nuevos dispositivos o la modificación de los ya existentes para hacerlos compatibles con la única red doméstica que los conectará a todos, la red de datos WIFI.

Es posible que pocos años atrás esta idea fuese descabellada o sencillamente inviable debido a la complejidad real de la tecnología WIFI y lo costoso que pudiese resultar incluir su complejo stack de comunicación en microcontroladores de propósito general para el diseño de los sensores, actuadores y demás dispositivos que conforman el primer nivel de complejidad del modelo base de este trabajo. La realidad de hoy es diferente y un nuevo, o mejor dicho, simplificado modelo reticular de hogar domótico es posible gracias a la comercialización de potentes y versátiles, pero a la vez extremadamente baratos, sistemas embebidos con todo el soporte de herramientas de desarrollo, bibliotecas y notas de aplicación que a su vez incluyen de manera eficiente el stack de comunicación WIFI listo para crear el dispositivo domótico que seamos capaces de imaginar al menor costo posible. Por otro lado la potencia de cálculo de estos sistemas embebidos permite también implementar algoritmos complejos de autoconfiguración, acceso y explotación que simplifican su manejo por parte de los usuarios finales y que a la postre ocultan la complejidad tecnológica subyacente [5] en tales dispositivos haciéndolos mucho más asequibles en términos de costo y facilidad de uso.



Fuente: Modificación de Telefónica (2003)

Figura 3. Modelo reticular simplificado de hogar domótico.

Por otro lado el uso extendido y masificado de potentes dispositivos móviles tales como Teléfonos inteligentes y Tablets además de la presencia en los hogares, generalmente, de más de uno de ellos, aumentaría en gran medida la versatilidad, configurabilidad y explotación de los sistemas domóticos ya que esta tecnología es altamente programable, versátil y orientada a contener infinidad de servicios y aplicaciones donde la Domótica encuentra un nicho de infinitas posibilidades.

En este modelo simplificado el terminal móvil tendría un papel protagónico ya que desde él se podrá configurar y operar totalmente el sistema dentro del hogar o remotamente incrementando las posibilidades de monitorización, control y seguridad que la Domótica ofrece. Por otro lado una interacción con sistemas domóticos a través de dispositivos móviles simplificaría el proceso obteniendo mayor aceptación por parte de los usuarios puesto que su manejo será a través de aplicaciones con características similares a la infinidad de aplicaciones que ya utilizan en sus dispositivos.

Retos.

Resumiendo podemos decir que la domótica clásica enfrenta obstáculos donde el costo y la complejidad ostentan el principal obstáculo.

Un intento de integración de todas las redes domésticas en una red de datos inalámbrica evidentemente simplificaría la instalación, configuración y explotación de sistemas domóticos abaratando incluso los costos. Sin embargo esta solución trasladaría la complejidad hacia los dispositivos (sensores, actuadores, etc.) capaces de interconectarse a esta red puesto que el más mínimo dispositivo tendría obligatoriamente que contar con infraestructura y stack de comunicación WIFI. Esto último ya no representa obstáculo ni desde el punto de vista económico ni del de la complejidad, a ojos de ingenieros y desarrolladores, puesto que la tecnología ya está disponible y con todo el soporte necesario.

El reto está pues en hacerlo funcional y simple a los ojos del usuario haciendo “desaparecer” la tecnología subyacente mediante la creación de algoritmos, estrategias y arquitecturas que aprovechen y exploten al máximo la tecnología empleada en el desarrollo de los dispositivos (sensores, actuadores, etc.) automatizando al máximo los procesos de configuración e instalación de los mismos.

Por otro lado el desarrollo de aplicaciones ergonómicas para los terminales móviles, que aprovechen a su vez todo el potencial de procesamiento y comunicación que estos brindan, permitirá por un lado facilidad y mayor aceptación del usuario y por otro lado la posibilidad de eliminar componentes del sistema cuyos roles asumiría el propio terminal tales como servidores embebidos, controladores o interfaces por ejemplo.

La figura 4 presenta una posible estructura de sistema domótico siguiendo los análisis anteriores donde se puede apreciar una única red doméstica con todos los dispositivos conectados a ella. Este esquema da pie a infinidad de desarrollos futuros tanto de diseño de dispositivos como de algoritmos y estrategias de autoconfiguración y explotación del sistema.

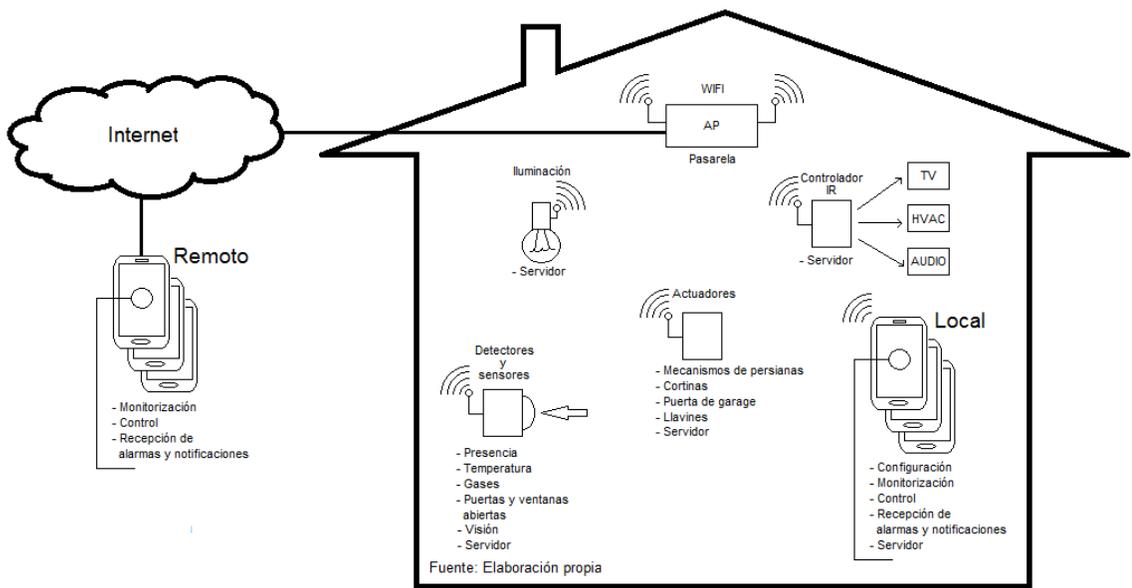


Figura 4. Sistema domótico unificado en red de datos WIFI.

Conclusiones.

El análisis realizado en este trabajo expone como obstáculos para la masificación de la domótica, por una parte, el elevado costo (real) de las diferentes tecnologías, propietarias muchas de ellas, e incompatibles entre sí en la mayoría de los casos, tanto a nivel de dispositivos aislados como al nivel de sistema y por otro lado la complejidad que aún hoy encierran los procesos de instalación, configuración y explotación de sistemas domóticos.

En este sentido creemos que es válido un proceso de simplificación a nivel de sistema unificando las redes domésticas y proponiendo la red de datos, específicamente inalámbrica y con tecnología WIFI, como única red doméstica del sistema domótico. Por otro lado gracias a la disponibilidad a día de hoy de potentes y versátiles sistemas embebidos de tamaño muy reducido y con capacidad de comunicación WIFI es posible llevar la complejidad al nivel de dispositivo aislado creándolos verdaderamente inteligentes, adaptables y auto configurables impregnando transparencia, facilidad, fiabilidad y eficiencia a los procesos de instalación, configuración y explotación de sistemas domóticos que, junto a la integración con los versátiles y potentes terminales móviles, tributarán a una real masificación y expansión de la domótica en todos nuestros hogares.

Bibliografía.

[1] Vacas F.S. (1983): Facing informatics via three level complexity views, Proceedings of 10th. International Congress on Cybernetics, Symposium XII: Man in a High Technology Environment. International Association of Cybernetics Editor G.E. Lasker, Namur, Bélgica.

[2] Vacas F.S. (1990): Ofimática Compleja, Fundesco, Colección Impactos, Madrid.

[3] Telefónica (2003): Libro Blanco del Hogar Digital y las Infraestructuras Comunes de Telecomunicaciones, División de Servicios de Documentación de Telefónica I+D.

[4] Huidobro J.M., Millán R. (2004) Domótica. Edificios inteligentes, Creaciones Copyright, Madrid.

[5] The Economist (2004b): Make it simple, en Information Technology: a Survey, 30 de Octubre 2004, Londres.

[6] Domínguez H.M., Vacas F.S. (2006) Domótica: Un enfoque sociotécnico, Fundación Rogelio Segovia para el Desarrollo de las Telecomunicaciones Ciudad Universitaria, Madrid.

[7] Zamora-Izquierdo M. A., Santa J., and Gomez-Skarmeta A. F. (2010), An Integral and Networked Home Automation Solution for Indoor Ambient Intelligence, Pervasive Computing, IEEE.

002. DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN MÓVIL MULTIPLATAFORMA UTILIZANDO ÚNICAMENTE TECNOLOGÍAS WEB

Autores:

Ing. César Alcívar Aray, MGP.,
Catedrático de la Universidad de Guayaquil.
cesar.alcivarar@ug.edu.ec
Ecuador

Ing. Marcos Antonio Espinoza Mina, Mgs.,
Doctorando en Administración de Empresas Pontificia Universidad Católica Argentina
Santa María de los Buenos Aires
Catedrático de la Universidad Tecnológica ECOTEC
Catedrático de la Universidad Agraria del Ecuador.
mespinoza@ecotec.edu.ec
mespinoza@uagraria.edu.ec
Ecuador

RESUMEN

Los dispositivos móviles se están convirtiendo en el principal medio que tienen los usuarios para navegar en internet y hacer uso de los servicios que ahí se proveen; cada día son más las organizaciones que ofrecen sus servicios a través de aplicaciones móviles. Un factor crítico para las compañías es el desarrollo de aplicaciones móviles en un menor tiempo y costo con la finalidad de captar rápidamente un mayor número de clientes. Para programar una aplicación móvil se cuenta con diversas alternativas, una de ellas es el desarrollo a través de un framework o lenguaje de programación específico para cada plataforma, que genera una denominada aplicación nativa; es decir que para la construcción de una aplicación para el sistema operativo Android se requiere tener conocimientos de Java y si se necesita que también se ejecute en IOS, se debe aprender el lenguaje Swift; por lo que realizar una aplicación móvil para diferentes sistemas operativos móviles significa invertir un significativo tiempo en el aprendizaje de variados lenguajes de programación. Una interesante alternativa son las aplicaciones móviles híbridas, que se desarrollan utilizando HyperText Markup Language (HTML), Cascading Style Sheets (CSS) y JavaScript; de esta manera los programadores tienen la ventaja de desarrollar una sola aplicación que se ejecutará en diferentes sistemas operativos, utilizando sus actuales habilidades del desarrollo Web convencional. Mediante un caso real, se presentan los principales elementos de programación de una aplicación móvil híbrida y las recomendaciones que se pueden dar para aquellos que utilicen esta alternativa de desarrollo.

Palabras clave: Aplicación móvil híbrida, Ionic Framework, Web API, REST, programación

1. INTRODUCCIÓN

Cada vez más la demanda de soluciones móviles aumenta debido a que los Smartphone y Tablets se están convirtiendo en la primera opción de los usuarios para realizar sus actividades en Internet y en el mercado competitivo los oferentes brindan sus servicios online a través de aplicaciones móviles de manera más atractiva, siendo un factor importante para las empresas el desarrollo de las aplicaciones móviles con un menor tiempo y mejorando la experiencia de usuario con la finalidad de captar mayor número de clientes consumiendo estas aplicaciones (Gartner, More Than 50 Percent of Users Will Use a Tablet or Smartphone First for All Online Activities, 2014).

Entre las aplicaciones móviles se tiene la aplicación nativa que se desarrolla con un Framework o lenguaje de programación específico por cada plataforma. Para desarrollar una aplicación nativa en Android se necesita tener conocimientos de Java o para una aplicación nativa en IOS se debe aprender el lenguaje Swift, por lo que para realizar una aplicación móvil con las mismas características para diferentes sistemas operativos móviles, se tendría que invertir tiempo para el aprendizaje de estos lenguajes de programación. Otra opción son las aplicaciones móviles híbridas, las cuales se desarrollan utilizando HTML, CSS, y JavaScript. Con las aplicaciones híbridas se usa JavaScript para tener acceso a las características del dispositivo móvil similar a una aplicación nativa, de esta manera los programadores tendrían la facultad de desarrollar una aplicación móvil utilizando habilidades del desarrollo Web para varias plataformas como Android o IOS (Camden, 2015).

Mediante el caso de estudio “Consulta de calificaciones de los estudiantes de la Universidad de Guayaquil a través de una aplicación móvil”, se demuestra que con conocimientos de tecnologías de Web regulares se puede desarrollar una aplicación móvil híbrida para los sistemas operativos Android e IOS. Además, debido a la importancia de transferir y visualizar información actualizada en la aplicación móvil, se presenta la utilización de servicios Web basados en REpresentational State Transfer (REST).

REST es un estilo arquitectónico para diseñar aplicaciones distribuidas que propone 6 principios básicos (Balaji Varanasi, 2015):

- Debe existir una clara separación entre el cliente y el servidor. Esto permite que tanto el cliente como el servidor evolucionen independientemente.
- La comunicación entre el cliente y servidor debería ser sin estados. El servidor no guarda ningún estado del cliente. En su lugar, los clientes deben incluir toda la información necesaria para que el servidor procese de manera correcta la solicitud.
- Múltiples capas jerárquicas como Gateways, Firewalls y Proxys pueden existir entre el cliente y el servidor, pero cuando las capas son agregadas, modificadas o removidas esto es transparente para el cliente.
- Las respuestas del servidor pueden ser cacheables o no cacheables. Esto permitirá a los clientes o componentes intermedios reutilizar las respuestas, reduciendo la carga en el servidor.
- A través de una interfaz uniforme se gestionan los recursos. Se ingresan, modifican, eliminan y consultan los recursos disponibles a través de un contrato bien definido.
- Los clientes pueden extender su funcionalidad descargando y ejecutando código bajo demanda.

2. DESARROLLO

2.1 Requisitos funcionales del caso de estudio

Los requisitos funcionales resumidos del caso de estudio “Consulta de calificaciones de los estudiantes de la Universidad de Guayaquil a través de una aplicación móvil” fueron los siguientes:

- El estudiante debe estar autenticados para poder consultar sus calificaciones.
- Una vez que el estudiante este autenticado, se mostrarán las carreras y los semestres culminados o en cursos.

- El estudiante elige un semestre para ver los promedios de las calificaciones y porcentaje de asistencia de las materias.
- Al seleccionar la materia, se podrá visualizar el detalle del promedio de la calificación.

Los datos (que sirven para la consultas del aplicativo) que se obtuvieron para desarrollar el caso de estudio pertenecen al período 2013 – 2014 CI y 2013 – 2014 CII de los estudiantes de la Carrera de Sistemas de Información de la Universidad de Guayaquil.

2.2. Requisitos no funcionales del caso de estudio

Para consultar las calificaciones de los estudiantes se desarrolló una aplicación distribuida que consta de dos componentes; el primero es una aplicación provee de servicios Web basados en REST para consultar las calificaciones, y el segundo es una aplicación móvil híbrida desarrollada con Ionic framework que consume los servicios del primer componente. La Figura 1, presenta una vista de alto nivel de todos los componentes que están involucrados en la construcción del caso de estudio.

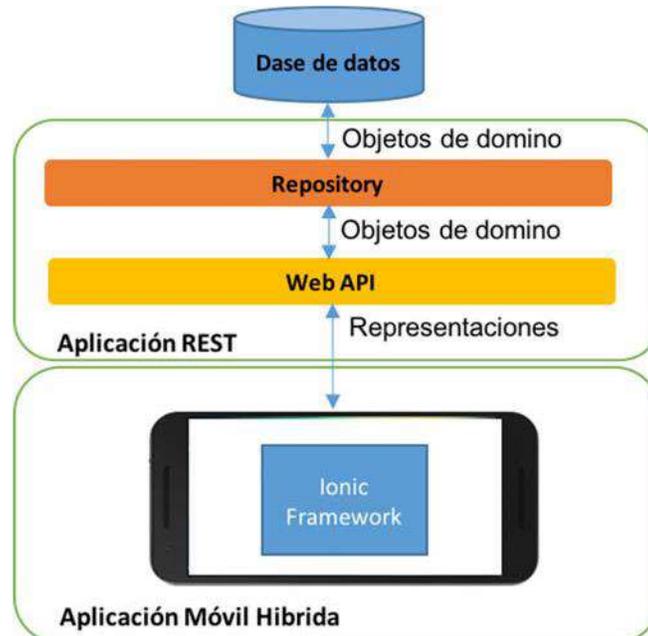


Figura 1. Vista de alto nivel de la arquitectura del sistema
Fuente: Elaboración Propia. Elaboración: Elaboración Propia

2.3 Aplicación REST

Un concepto fundamental en REST son los recursos. Un recurso es cualquier cosa que puede ser manipulado. En la aplicación REST que se desarrolló se identificaron los recursos Carrera, semestre, notas y estudiantes, y para acceder a estos recursos se utiliza URIs (Uniform Resource Identifier) (Balaji Varanasi, 2015).

Los URI describen una ruta lógica para manipular recursos, por ejemplo para consultar los semestres que ha cursado un alumno que estudia en una Carrera de la

Universidad de Guayaquil, la URI sería:

http://demo.com/estudiantes/{cod_estudiante}/carreras/{cod_carrera}/semestres.

Las llaves {} indican que el `cod_estudiante` y `cod_carrera` son variables del URI, y sus valores cambiar de acuerdo con el estudiante y Carrera que se desea acceder. RFC 6570 (<https://tools.ietf.org/html/rfc6570>) provee un mecanismo estándar para definir URIs.

Los recursos son entidades abstractas que necesitan ser serializadas en una representación antes de ser enviada al cliente. Esta representación puede ser un recurso visualizado en formato HTML, XML (Extensible Markup Language), JSON (JavaScript Object Notation) que depende de las preferencias del cliente. La aplicación móvil consume los recursos en formato JSON. El recurso Carrera está formado por una lista de recursos de semestres; esto se puede visualizar en la Figura 2.

```
{
  "cod_carrera": "1512 ",
  "nombre": "LICENCIATURA EN SISTEMAS DE INFORMACION (SEMESTRAL)",
  "periodos": [
    {
      "cod_lectivo": "15120001 ",
      "descripcion": "2013 - 2014 CI"
    },
    {
      "cod_lectivo": "15120002 ",
      "descripcion": "2013 - 2014 CII"
    }
  ]
}
```

Figura 2. Información obtenida de la URI `/api/estudiante/{cod_estudiante}/carreras`
Fuente: Elaboración Propia. Elaboración: Elaboración Propia

Para los recursos de las notas, se obtiene una lista de materias con información de los parciales y las calificaciones, como se puede observar en la Figura 3.

```
{
  "nombre": "MATEMATICAS APLICADA I",
  "cod_estudiante": "0922538160",
  "nota": 72,
  "u_c": 1
},
{
  "nombre": "MATEMATICAS APLICADA I",
  "cod_estudiante": "0922538160",
  "nota": 5,
  "u_c": 2
},
{
  "nombre": "MATEMATICAS APLICADA I",
  "cod_estudiante": "0922538160",
  "nota": 2,
  "u_c": 3
},
{
```

Figura 3. Información obtenida de la URI `/api/estudiante/{cod_estudiante}/plectivos/{cod_plectivo}`
Fuente: Elaboración Propia. Elaboración: Elaboración Propia

El estándar HTTP provee ocho métodos HTTP que permiten a los clientes interactuar y manipular recursos. Algunos de los métodos más comunes son GET, POST, PUT y DELETE. GET es utilizado para consultar recursos, POST crea nuevos recursos, PUT modifica recursos y DELETE los elimina. En la aplicación que se

desarrolló para el caso de estudio solo se consultan recursos, por lo que todas las operaciones son métodos GET.

Cuando se consume un recurso, el servidor notifica el estado de solicitud al cliente a través de un HTTP Status code. El Status code 100 indica que el servidor ha recibido la primera parte de una solicitud y el resto de la solicitud debería ser enviada. El Status code 202 indica que un recurso ha sido creado. El Status code 404 indica que el recurso no fue encontrado.

En la siguiente dirección se listan los HTTP Status code que existen:
<https://developer.mozilla.org/es/docs/Web/HTTP/Status>.

La aplicación REST está compuesta de una capa Repository y una capa de modelos de dominio. Este enfoque provee una clara separación de interés, permitiendo que la aplicación sea fácil de construir y mantener. Cada capa interactúa con otra capa usando un contrato bien definido. Mientras se mantiene el contrato a través de interfaces, es posible intercambiar la implementación sin ningún tipo de impacto en el sistema.

2.3.1. Capa de dominio

La aplicación móvil consume datos desde un API remoto, por lo que se recomienda reducir el número de llamadas al servidor (Fowler, 2012). La capa de dominio de la aplicación está compuesta de objetos de transferencia de dominio (DTOs), y de esta manera reducir la invocación de los servicios Web del servidor. Se realizan dos llamadas al servidor una para consultar las Carreras y semestres de un estudiante y otra para las notas parciales y promedios de una materia, de esta forma se recuden las invocaciones al servidor. En las Figuras 2 y 3 se presentan los resultados de estas dos consultas. En la Figura 4 se muestran los objetos de dominio de la aplicación REST.

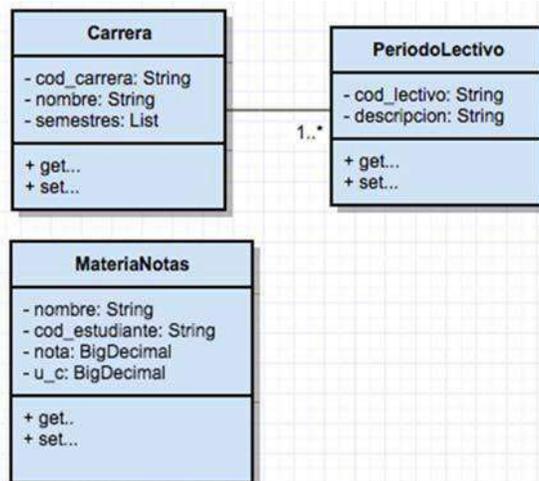


Figura 4. Capa de objetos de dominio de la aplicación REST
Fuente: Elaboración Propia. Elaboración: Elaboración Propia

2.3.2 Capa Repository

Este patrón se utiliza para mantener un grado de separación entre las entidades del modelo de dominio y la lógica de almacenamiento y recuperación de datos. En el proyecto, la capa Repository facilita consultar las Carreras y semestres de un estudiante y las materias con las notas parciales y finales, para luego enviar esta información como recursos de la aplicación REST a la aplicación móvil. En la Figura 5 se observa el diagrama UML de la capa Repository.

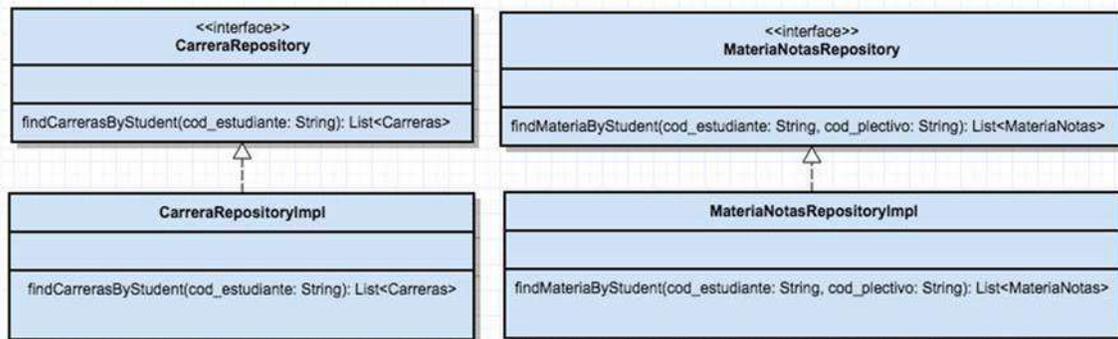


Figura 5. Capa Repository de la aplicación REST
Fuente: Elaboración Propia Elaboración: Elaboración Propia

2.3.3 Seguridad

El método de autenticación utilizada en la aplicación REST es HTTP Basic authentication. Con este método el cliente envía información del usuario y clave para poder consumir los servicios Web. Si el usuario o clave son incorrectos, el servidor envía el Status code 401 "Unauthorized". Por lo contrario, si el usuario y clave son correctos, el servidor concatena el usuario y clave, y los codifica en Base64. Siendo así, el servidor envía en el header la información codificada en la respuesta para el cliente.

El cliente guarda la información codificada en Base64 para establecerla en la cabecera de las próximas solicitudes al servidor, entonces el servidor decodifica la información y valida las credenciales.

2.4. Aplicación móvil híbrida

Para desarrollar la aplicación móvil se usó Ionic Framework. Este es un front-end para desarrollar aplicaciones móviles híbridas que provee componentes desarrollados con HTML, CSS y JavaScript optimizados para dispositivos móviles.

Entre los componentes que provee Ionic se tiene botones, listas, checkbox, tabs, ventanas modales entre otros. Ionic usa AngularJS, que es uno de los framework JavaScript más populares en el mundo del desarrollo Web, con esto las aplicaciones desarrolladas en Ionic pueden utilizar componentes AngularJS diferentes a los que provee Ionic.

Para que Ionic pueda comunicarse con las características de los dispositivos móviles se integra con Apache Cordova, el cual es un framework de desarrollo móvil de código abierto que provee acceso a las características del hardware tales como cámara o acelerómetro. A diferencia de un sitio web, las aplicaciones Cordova se

pueden descargar desde Google Play o en App Store como aplicaciones nativas. También las páginas Web no pueden acceder a las características del dispositivo, como por ejemplo a la lista de contactos del celular; Cordova permite gestionar la lista de contacto a través código JavaScript (Ravulavaru, 2015). Cordova provee acceso a las características de los dispositivos móviles presentadas en la Tabla 1:

Tabla 1
Plugins disponibles en Apache Cordova

Nombre	Descripción
Battery Status	Reporte del nivel de carga de la batería
Camera	Tomar fotografías con la cámara del dispositivo
Contacts	Buscar, crear, editar, y remover contactos
Device	Reportar el nombre del dispositivo y del sistema operativo
Device Motion and Orientation	Detectar movimiento y orientación
Dialogs and Vibration	Proporcionar feedback visual, auditivo y táctil
File and File Transfer	Leer/escribir archivos en el dispositivo y cargar y descargar archivos
Geolocation	Acceso a los datos del GPS
Globalization	Formato de fecha, números y moneda
InAppBrowser	Abrir un popup browser
Media and Media Capture	Grabar audio y video
Network Information	Determinar estados de las conexiones
Statusbar	Gestionar la barra de estados en Android y IOS
Whitelist	Especifica que recursos remotos son permitidos

Fuente: (Cordova, 2015) Elaboración: Elaboración Propia

En la Figura 6 se observa que Apache Cordova sirve de Gateway entre Ionic y las funcionalidades del dispositivo móvil. El desarrollador de la aplicación debe instalar los plugins de Cordova específicos que necesita para construir la aplicación, escribir el código JavaScript utilizando componentes AngularJS, como son directivas, controladores, servicios, y a través de estos se comunica con el sistema de archivos del celular, cámara, Bluetooth, GPS, entre otros.

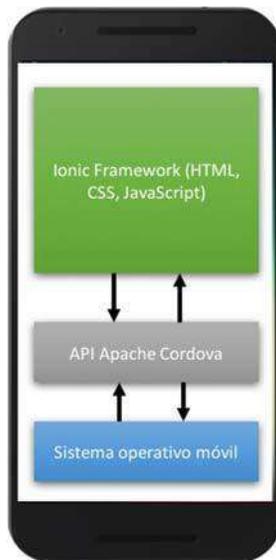


Figura 6. Relación del sistema operativo móvil, Apache Cordova y Ionic Framework
Fuente: Elaboración Propia. Elaboración: Elaboración Propia, basado en el funcionamiento de Ionic Framework

2.4.1 Arquitectura del lado del cliente

AngularJS es una Framework que utiliza el patrón arquitectónico Modelo Vista Controlador (MVC), sus principales componentes son el controlador, servicios y directivas. El controlador responde a las interacciones del usuario, modifica el modelo y provee datos a la vista, los servicios se utilizan comúnmente para establecer funcionalidad que afecta a más de un componente, como son gestión de autenticación, seguridad, y gestión de redes, las directivas permiten crear etiquetas HTML personalizadas, las cuales renderizan HTML, CSS y JavaScript a las páginas.

AngularJS es la base de Ionic, este utiliza directivas HTML para construir las vistas de la aplicación. En la Figura 7 se observa que para diseñar una de las páginas de la aplicación se utilizó directivas Ionic, HTML y CSS (solo para demostrar que se utilizó HTML y CSS para diseñar las pantallas de la aplicación estos fueron colocados en el mismo archivo).

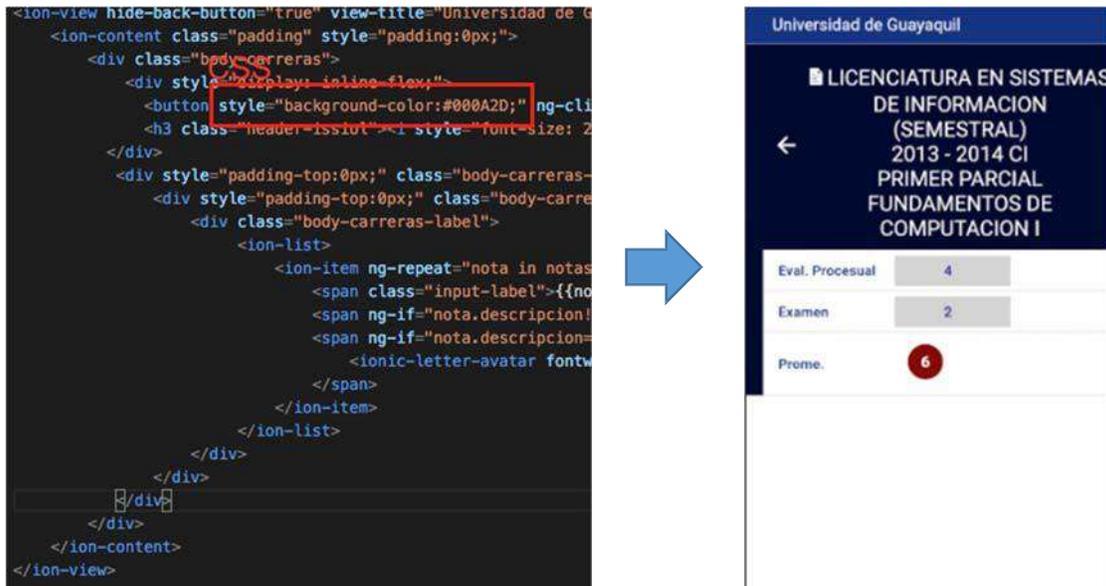


Figura 7. Renderización de directivas Ionic a una página html.

Fuente: Elaboración Propia
Elaboración: Elaboración Propia

A continuación se detallan los componentes AngularJS utilizados en la aplicación. Del lado del cliente se crearon las siguientes Vistas:

- Login: se ingresa el usuario y contraseña.
- Carreras: se visualiza las carreras y semestre culminados o en curso que se encuentre el estudiante.
- Materias: se muestran las materias con los promedios y porcentajes de asistencia.
- Notas Parciales: se muestra el detalla del promedio de una materia.

Se desarrollaron los siguientes controladores:

- AppCtrl: facilita la autenticación.
- CarrerasCtrl: se utiliza para mostrar las carreras con sus respectivos semestres de cada estudiante.
- MateriasCtrl: se usa para mostrar las materias.
- NotasCtrl: se usa para visualizar el detalle de una materia y gestiona los colores para la calificación.

Se desarrollaron los siguientes servicios:

- LSFactory: Gestiona el local storage.
- AuthFactory: Gestiona la autenticación a través del local storage.
- LoginFactory: Gestiona la autenticación conectándose al servicio login del servidor.
- CarreraFactory: Gestiona la lista de carreras y semestres conectándose a los servicios de la aplicación REST.

- **MateriaFactory:** Gestiona la lista de materias conectándose a los servidos de la aplicación REST.
- **TokenInterceptor:** Establece en el header el usuario y contraseña en Base64 para todas las solicitudes del cliente.

2.5. Puesta en producción

Se desarrolló una aplicación REST y una aplicación móvil híbrida multiplataforma. El código fuente de ambas aplicaciones se puede descargar en la dirección <https://github.com/cesarade/CalificacionesUgREST>.

La aplicación móvil fue publicada en Google Play en la dirección <https://play.google.com/store/apps/details?id=ec.edu.ug.issiol>, para consumir los servicios Web a través de internet, la aplicación REST fue publicada en Pivotal Cloud Foundry y se migraron los datos a la base de datos ElephantSql. Se describen en la Tabla 2 las URIs disponibles de la aplicación REST y se muestran las pantallas de la aplicación móvil en la Figura 8.

Tabla 2
Web API de la aplicación REST

http Method	URI	Input	Success Response	Error Response	Descripción
GET	/api/login	N/A	Status: 200 Body: Objeto Estudiante	Status: 401, usuario o contraseña son erróneas	Retorna información del estudiantes autenticado
GET	/api/estudiante/{cod_estudiante}/carreras	N/A	Status: 200 Body: Objeto Carrera y lista de semestres	Status: 404, cod_estudiante no existe Status: 401, acceso no autorizado	Retorna la carrera y semestres de un estudiante
GET	/api/estudiante/{cod_estudiante}/plectivos/{cod_plectivo}	N/A	Boby: Lista de promedios de materias de un semestre	Status: 404, cod_estudiante o cod_plectivo no existen Status: 401, acceso no autorizado	Retorna una lista de materias y promedios por semestre

Fuente: Elaboración Propia. Elaboración: Elaboración Propia

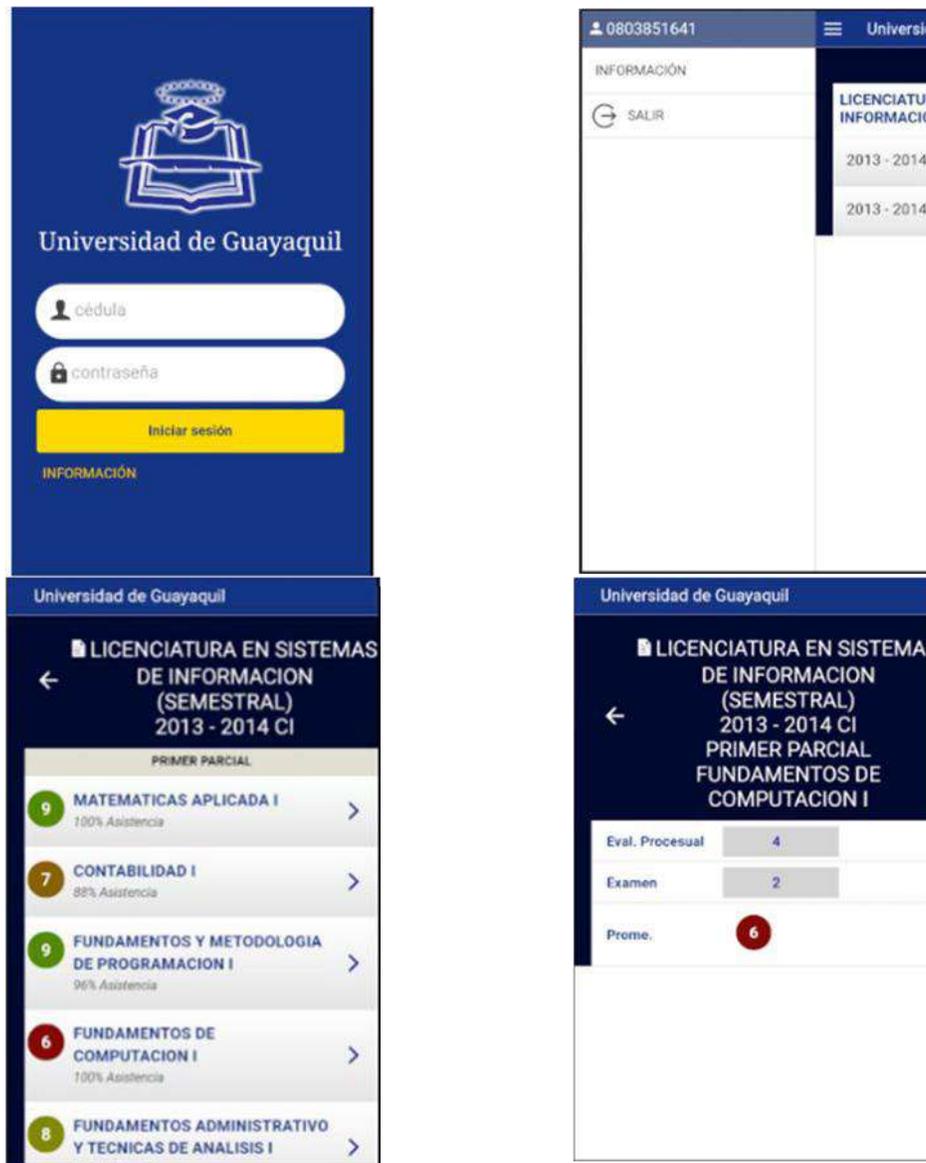


Figura 8. Pantallas de la aplicación móvil híbrida
Fuente: Aplicación móvil híbrida. Elaboración: Elaboración Propia

3. CONCLUSIONES

Para desarrollar la aplicación REST se utilizaron patrones de diseño, los cuales proveen de una clara separación de interés y funcionalidad, haciendo que la aplicación sea fácil de construir y mantener. El patrón DTO se utilizó para transferir la mayor cantidad de datos posibles, disminuyendo el número de llamadas del cliente, lo que permite disminuir la carga en el servidor. El formato que se utilizó para transferir datos fue JSON, que es más ligero que otros formatos como XML.

Se desarrolló una aplicación móvil híbrida multiplataforma con HTML, CSS y JavaScript, independiente de los lenguajes de programación nativos como Java y Swift, para esto se utilizó Ionic Framework que provee componentes HTML optimi-

zados para los dispositivos móviles. Con Ionic se creó una aplicación móvil híbrida que puede ser instalada en varios sistemas operativos móviles.

Es importante resaltar que Ionic utiliza AngularJS para desarrollar las aplicaciones móviles. En este estudio el desarrollador de la aplicación móvil tenía experiencia en la programación de aplicaciones Web utilizando AngularJS, por lo que le tan solo le tomó dos semanas, durante cuatro horas diarias, programar y terminar la aplicación. Es decir, se ha abierto una alternativa confiable de solución a la necesidad que tienen las organizaciones de desarrollos de aplicativos móviles de forma rápida y efectiva, sin una elevada curva de aprendizaje y de bajo costo.

Los resultados del presente estudio constituyen una base para desarrollar trabajos de investigación complementarios, ya que se necesita evaluar el nivel de satisfacción que tienen los estudiantes y autoridades de la Universidad de Guayaquil en el uso de la aplicación móvil híbrida construida y puesta en producción para su libre descarga, además de desarrollar un estudio comparativo de las descargas de contenido y el rendimiento de la nueva aplicación móvil, con el sitio Web regular de consultas de calificaciones de la Universidad de Guayaquil.

4. BIBLIOGRAFÍA

1. Camden, R. K. (2015). Apache Cordova in Action. New York: Manning Publications Co.
2. Cordova, A. (2015). Apache Cordova. Retrieved from Apache Cordova: <https://cordova.apache.org/>
3. Balaji Varanasi, B. S. (2015). Spring REST. New York: Apress.
4. Ravulavaru, A. (2015). Learning Ionic. Birmingham: Packt Publishing.
5. Gartner, I. (2016). Gartner Survey Reveals Enterprise Spending on Mobile App Development Remains Low . Retrieved from Gartner Survey Reveals Enterprise Spending on Mobile App Development Remains Low : <http://www.gartner.com/newsroom/id/3353317>
6. Gartner, I. (2014). More Than 50 Percent of Users Will Use a Tablet or Smartphone First for All Online Activities. Retrieved from Gartner Says: <http://www.gartner.com/newsroom/id/2939217>
7. Cordova, A. (2015). Retrieved from <https://cordova.apache.org/>
8. Fowler, M. (2012). Data Transfer Object. Retrieved from martinowler.com: <http://martinfowler.com/eaCatalog/dataTransferObject.html>
9. Freeman, A. (2014). Pro AngularJS. New York: Apress.

003. RECONOCIMIENTO FACIAL: ESTUDIO BIBLIOMÉTRICO DE 20 AÑOS.

Autores:

Ing. Pablo Andrés Calderón Castro Catedrático de la Universidad Estatal de Guayaquil pacalder@espol.edu.ec, pablo.calderonc@ug.edu.ec

Ing. Mariuxi Ileana Tejada Castro Catedrática de la Universidad Agraria del Ecuador mtejada@uagraria.edu.ec, mtejada@espol.edu.ec

Ing. Elke Jacqueline Yerovi Ricaurte. MSc. Catedrática de la Universidad Agraria del Ecuador eyerovi@uagraria.edu.ec, eyerovi@espol.edu.ec

Ing. Laura Ximena Ortega Ponce. MSc. MBA Catedrática de la Universidad Agraria del Ecuador lortega@uagraria.edu.ec

Ing. Marcos Antonio Espinoza Mina, Mgs., Doctorando en Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Católica Argentina Santa María de los Buenos Aires. Catedrático de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Catedrático de la Universidad Agraria del Ecuador. mespinoza@ecotec.edu.ec, mespinoza@uagraria.edu.ec
ECUADOR

RESUMEN

El presente trabajo expone la situación actual en la que se encuentran los estudios de la tecnología del reconocimiento facial, partiendo de una revisión sistemática de la bibliografía relacionada en el periodo de 1996 a 2016, extrayendo registros de las bases de datos de servicios en línea como son ISI (Institute for Scientific Information) WoS (Web of Science) y Scopus, que son las fuentes de información científica por defecto para estudios de revisión preliminar bibliográfica. Basándose en estos datos se realizó un análisis estadístico e interpretación de los resultados que tratan desde el número de citas por Journals (revistas de información científica de publicación periódica) hasta la calidad de los autores en el tópico de interés, mencionando entre otras cosas, las publicaciones más importantes, los temas adicionales conectados al tópico, la calidad de las investigaciones realizadas en el periodo de tiempo seleccionado, los investigadores más destacados, las distintas metodologías utilizadas al momento en este tipo de tecnología y cómo ha crecido la misma en su uso, ramificándose la misma hacia distintos campos de la ciencia y la industria, partiendo con la visión por computadora y la actualización de algoritmos de detección de rasgos, puntos focales, características geométricas, entre otras características que han sido importantes en el desarrollo del reconocimiento de rostros humanos y en los últimos años también de animales, cubriendo también la detección de emociones humanas y su aplicación actual en publicidad, aprendizaje autónomo, ingeniería neuromórfica y redes neuronales digitales. Se evidenciará cómo la investigación de las tecnologías de reconocimiento facial ha crecido exponencial a lo largo de los años, con mejoras y diversas conexiones con otras áreas de estudio.

Palabras claves: *reconocimiento facial, análisis bibliométrico, visión artificial.*

1. INTRODUCCIÓN

El reconocimiento facial permite la identificación de una persona a través de algún medio. El presente estudio se centra en el reconocimiento del rostro por medios artificiales, tratando además la comunicación de emociones por medio de las expresiones humanas para su uso en distintos campos, específicamente con ramas de estudio que se entremezclan con la mercadotecnia y neurociencia; áreas de investigación en donde se tiene la constante necesidad de crear nuevas técnicas que nos permiten observar tendencias de consumo que den impulso a variadas industrias, que en general requieren ir más allá de las técnicas tradicionales de mercadeo para poder entender mejor los gustos y preferencias de los consumidores al comercializar productos y servicios. Así, estimulando a la industria a adquirir el mayor conocimiento de las decisiones de los clientes, las preferencias que tienen, las razones en que basan sus decisiones de consumo, respuestas generadas a partir de investigaciones que indagan en la decodificación facial para el análisis de emociones en el neuromercadeo (Braidot, 2011; Cebreros, 2014) y mercadeo experiencial (Segura & Garriga, 2008; Attack! Marketing, 2013).

En la actualidad, la información que se recopila de los consumidores es muy compleja, esta va ligada a variados tipos de tecnologías con metodologías entrelazadas (O'Reilly Media, 2012; Marr, 2015; Mirashe & Kalyankar, 2010), que evolucionan a partir de dinámicas cada vez más complejas del comportamiento humano, según crece la cantidad de información que se recopila por distintos medios, en general digitales, avanzando al mismo tiempo con la tecnología que puede capturar variados datos fisiológicos del ser humano, que tienen base en estudios previos de catalogación de características para decodificar las intrincaciones del mismo (Ekman & Rosenberg, 2005).

Las estrategias de marketing básicamente tienen el fin de satisfacer al cliente, conociendo de antemano los gustos del mismo. Pero actualmente por la variedad fuentes de información, que es absorbida constantemente por potenciales consumidores, las compañías tienen que ser muy cuidadosas con las campañas publicitarias para que no lleguen al punto de saturación y el público ya no mantenga la confianza en la marca, producto o servicio, como se demuestra en variados estudios y reportes (Nielsen, 2015; Tan, 2015; Garner, 2015); estas, de forma inteligente puedan continuar su crecimiento en ventas, encontrando nuevos canales de distribución y vencer a la competencia. Nuevos métodos existen para capturar datos del consumidor, para que personas o empresas seleccionen y analicen datos estadísticos, en resultados predictivos que indagan más en la psiquis del usuario. Todo esto se puede lograr con la tecnología de reconocimiento facial que está presente y siendo utilizada en variadas funcionalidades que comprenden desde aplicativos de seguridad hasta los de mercadeo.

Las compañías pueden ahora llevar un seguimiento estadístico de varios productos hasta los resultados de su campaña de publicidad, debido al desarrollo de

aplicaciones que permiten reconocer los gestos, detectar las emociones y analizar sentimientos de las personas, con dicha gran cantidad de información que en general se han recolectado por amplios periodos de tiempo y muchas veces no se han tomado en cuenta, pero que en años recientes sirven para detectar comportamientos; según menciona Jifa & Lingling (2014) en su investigación al mencionar que lo que se llama ahora como big data ha estado en crecimiento exponencial desde hace setenta años atrás y que ahora sirven de base para predicciones basadas en análisis estadístico de fuentes enormes de datos, osea, la historia está en función de mejorar el futuro.

El objetivo principal de la presente investigación es el de reseñar la evolución de la tecnología de reconocimiento facial en un periodo de alrededor 20 años, revisando su uso en el análisis de emociones y conexiones con el neuromercadeo, mercadeo experiencial, redes neuronales, auto-aprendizaje computacional, etc. Se han realizado búsquedas de literatura primaria y secundaria en fuentes de información científica con sus resultados analizados de manera bibliométrica, cubriendo las ramas investigativas desde la tecnología que está involucrada hasta los planteamientos éticos de las prácticas de interpretación de la expresión facial humana de manera digital con algoritmos de inteligencia artificial. Otros objetivos que se desprenden de este trabajo son el describir las razones por las cuales las compañías necesitan ir más allá para captar los datos de las personas por medio de los dispositivos conectados a través del Internet de las cosas con sus respectivas métricas, resaltar las metodologías que se utilizan para realizar los distintos procesos, descubrir acerca de la tecnología involucrada en el estudio e interpretación de los rostros, describir los retos que se presentan a futuro y analizar los distintos puntos positivos y negativos de los procesos.

La metodología mostrada en el artículo científico es en general exploratoria bibliográfica, con la recopilación y consulta de fuentes primarias y secundarias, con la medición bibliométrica basada en la tecnología de reconocimiento de rostros, con subtemas como la detección de emociones, neuromarketing y marketing experiencial, en donde se documentan los principales avances y adelantos que ha logrado la tecnología de reconocimiento facial distintos entornos. Con una colección de varios antecedentes específicos y avances que se han realizado, además de sugerencias a futuro, para esto se tomaron diversos documentos investigativos, principalmente artículos científicos extraídos de journals y actas de congresos, además de informes, reportes o noticias existentes, sitios web, libros y documentos varios que complementen la redacción al respecto. A su vez, cómo participa el reconocimiento facial en la lectura de las emociones del consumidor, su relación con la neurociencia y ramificaciones hacia neuromarketing y marketing relacional, ecuaciones matemáticas y algoritmos implicados, descripción del hardware y software que es utilizado para capturar métricas que para analizar emociones o predecir impulsos de compra, mencionando también el uso del reconocimiento facial en animales, en la actualidad. Finalmente se explica su aplicación práctica e implicaciones éticas, con respecto a privacidad y manejo de información, de la tecnología de reconocimiento al momento y su tendencia a futuro con sus conexiones con otras áreas de estudio como la visión por computadora, tecnología neuromórfica, aprendizaje autónomo de computadora, redes neuronales digitales, neuroeconomía, neuro-administración, etc.

2. DESARROLLO

Materiales y métodos

La metodología que se utilizó en el artículo científico comenzó con un análisis bibliométrico de literatura primaria que se relaciona con el tema de la tecnología de reconocimiento facial, empleando una búsqueda manual de más de 30.000 revistas y actas de congresos, utilizando para dicha evaluación las siguientes fuentes de información científica principales como Scopus, WoS. La investigación es de tipo exploratoria/bibliográfica, con la recopilación y consulta de fuentes primarias y secundarias, basada en el estado del arte del reconocimiento de rostros, ramificando las entradas de búsqueda en otros subtemas como la detección de emociones, neuromarketing, marketing experiencial y algoritmos utilizados en donde enumeran los principales avances y adelantos que ha logrado la tecnología de reconocimiento facial en los distintos entornos de estudio.

Para realizar el análisis bibliométrico se han seguido los pasos y actividades que a continuación se presentan.

Recopilación de datos

Los datos procesados principales de la investigación provienen de ISI WoS y Scopus, que son las bases de datos de información científica más confiables para revisiones literarias en la actualidad.

Se recopiló una colección de estudios del tema tecnológico revisado, con los avances que en el mismo se han realizado y las sugerencias a futuro; para esto, se tomaron diversos documentos investigativos, informes, noticias. Además, se hizo referencia a sitios web, libros, revistas, artículos científicos y documentos que complementen la investigación.

Procesamiento de datos

Luego de recopilar la información de las diferentes fuentes dentro del periodo de estudio se pudo realizar una investigación bibliométrica que determinó la selección y análisis de documentos durante los últimos 20 años lo cual permitió entender la tendencia del interés de investigaciones en cuanto al reconocimiento facial.

El estudio bibliométrico se basó en el “análisis de las referencias bibliográficas sobre una publicación”, siendo uno de los indicadores más utilizados por aquellos documentos precedentes de otros, debido a que el soporte bibliográfico es cuantificable por medio del uso de los indicadores (Campos D. 2006). El estudio de la información se analizó mediante la evaluación de las referencias o citas bibliográficas.

Análisis de Datos

Una vez que se obtuvieron los indicadores de producción de documentos publicados en los últimos 20 años mediante las bases de datos bibliométricas obtenidas de WoS y Scopus se generaron gráficos estadísticos para demostrar cuál ha sido la tendencia del reconocimiento facial en las investigaciones realizadas y cuáles han sido las áreas de estudio que están considerando esta tecnología como parte de su desarrollo científico así como también la cantidad de veces que han sido citadas las publicaciones en cuanto a esta tecnología en el periodo ya mencionado.

El análisis estadístico se realizó en función de los artículos publicados en las WoS y en Scopus relacionados con el reconocimiento facial; se demostró mediante gráficos la comparación entre las dos fuentes; una vez obtenidos los resultados de cada fuente, se realizó un análisis de datos utilizando gráficos estadísticos que permiten facilitar la apreciación de los resultados.

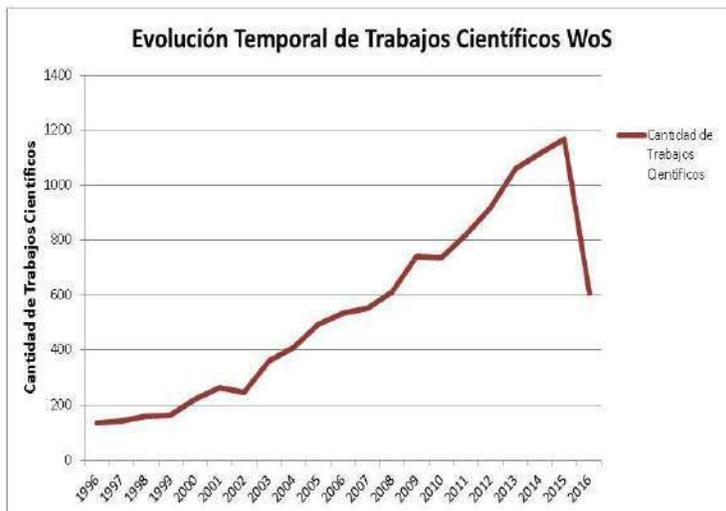
Es importante recalcar que la información obtenida es de un total de 11.464 artículos publicados en WoS y 23.044 artículos publicados en Scopus.

Productividad de Revistas

Este indicador permitió determinar la evolución que han tenido las publicaciones relacionadas con el reconocimiento facial en las fuentes de WoS y Scopus, así como la cantidad de trabajos científicos publicados.

Revistas más productivas según número de trabajos científicos

En función de los resultados obtenidos se determinó que en la fuente de WoS, la cantidad de trabajo científicos relacionados con el reconocimiento facial se incrementó a partir desde el año 2011 hasta el año 2015. A diferencia que en la Fuente de Scopus los artículos científicos relacionados con el reconocimiento facial se incrementaron a partir del 2008, hasta el año 2015. Es importante señalar que no se podrá tomar en consideración el año 2016 ya que en los dos casos no se cuenta con los datos completos.



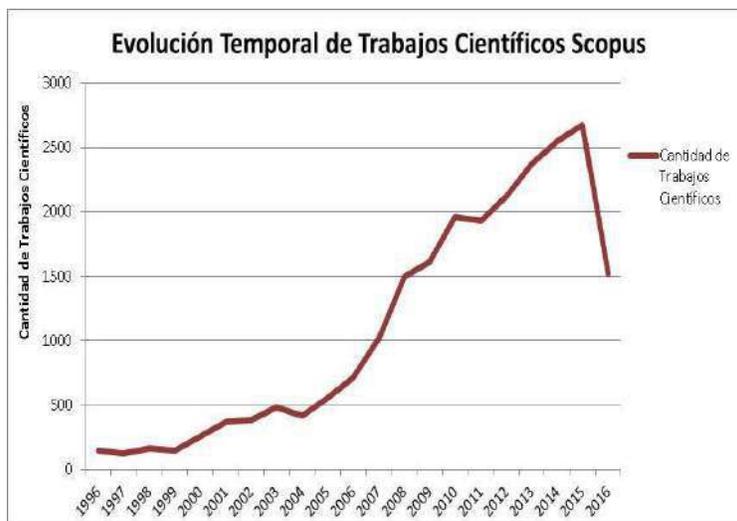


Figura 1. Comparación de la Evolución Temporal de Trabajos Científicos de las fuentes bibliométricas Web of Science y Scopus del periodo 1996 al 2016
Fuente: Web of Science y Scopus. Elaboración: Los autores

Autores más Productivos

Con la información recopilada de las dos fuentes bibliográficas se identificaron los autores con citas más productivas del total de revistas orientadas a la publicación de artículos científicos orientados al reconocimiento facial y subtemas relacionados.

Los primeros 5 autores más productivos de la base de Scopus son:

Author	h_index	g_index	m_index
WANG Y	26	41	1.6250000
ZHANG Y	17	30	0.8500000
WANG X	16	31	1.0666667
LI X	17	28	0.8095238
PANTIC M	34	74	1.8888889

Los primeros 5 autores más productivos de la base de ISI WoS son:

Author	h_index	g_index	m_index
GUR RC	35	65	1.6666667
YOUNG AW	40	71	1.904762
DE GELDER B	31	55	1.631579
ADOLPHS R	39	58	1.857143
CALDER AJ	39	58	1.857143

Índice h

A partir del número de trabajos científicos en las dos fuentes se identificaron cuáles son los Journals más utilizados como fuente de investigación científica para otros investigadores; en el caso de WoS las dos editoras más citadas son ELSMER

SCIENCIE BV y PERGAMON-ELSEVIER SCIENCIE LTD, el gráfico nos indica que entre los años 1996 hasta 2015 ha continuado el interés de investigar esta tecnología en cuanto al reconocimiento facial, por lo tanto tomado de la fuente bibliográfica de trabajos científicos de WOS de un total de 261.651 documentos analizados dentro del tiempo mencionado se obtuvo el grafico de la figura 2 lo que demostró lo explicado anteriormente.

En el caso de la fuente Scopus las dos editoras más citadas son PROCEEDINGS OF SPIE – THE INTERNATIONAL SOCIETY OF OPTICAL y IEEE TRANSACTIONS OF PATTERN ANALYSIS AND MACHINE INTELLIGENCE, el gráfico indica que entre los años 1996 hasta 2015 ha continuado el interés de investigar y realizar la correspondiente publicación en temas relacionados con el reconocimiento facial, por lo tanto tomando de la fuente bibliográfica de trabajos científicos de Scopus los documentos analizados dentro del tiempo mencionado se obtuvo el gráfico de la figura 2.

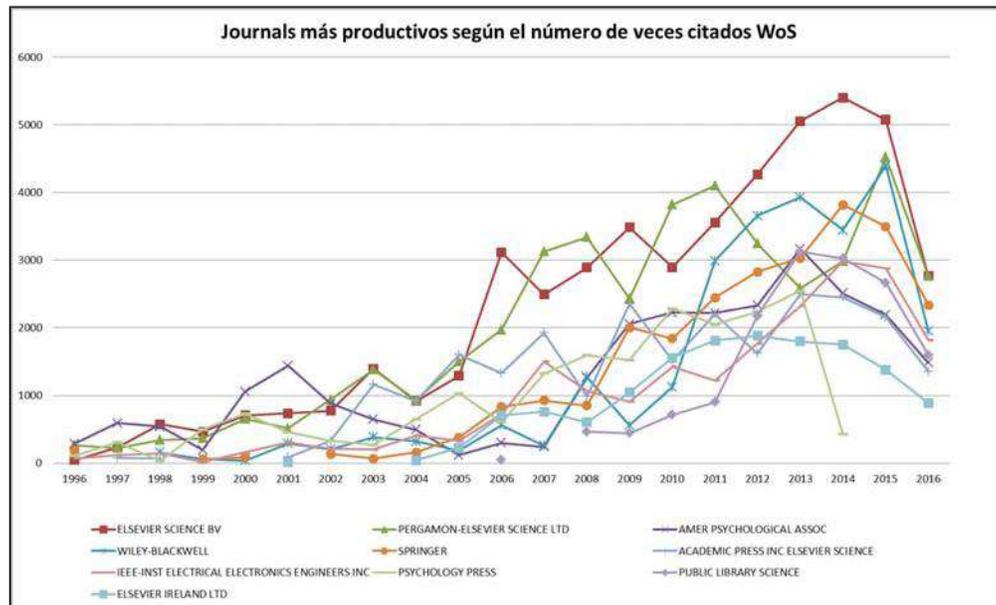


Figura 2-a. Comparación de los Journals más productivos según el número de veces citados los Trabajos Científicos de las fuentes bibliométricas Web of Science y Scopus del periodo 1996 al 2016
Fuente: Web of Science y Scopus. Elaboración: Los autores

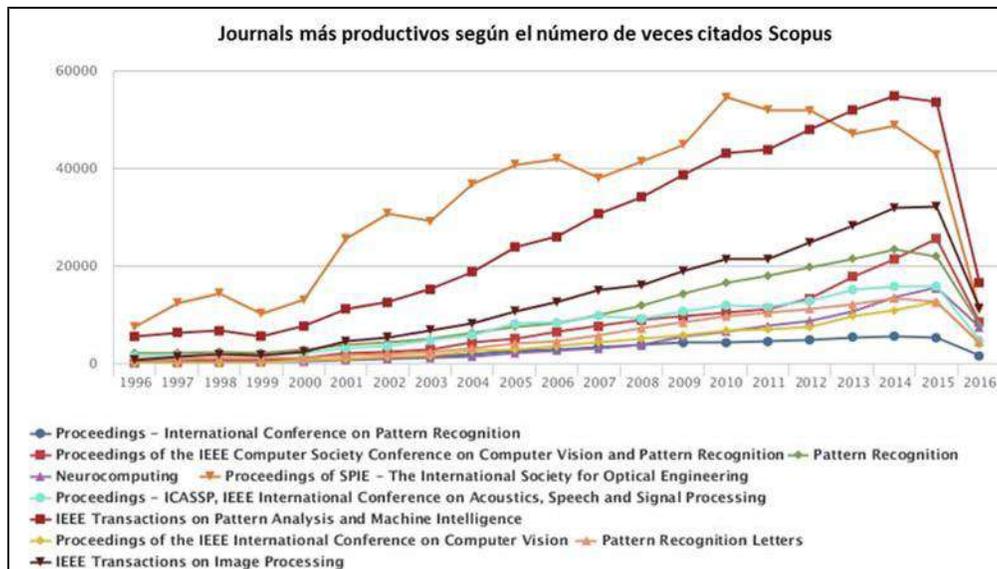


Figura 2-b. Comparación de los Journals más productivos según el número de veces citados los Trabajos Científicos de las fuentes bibliométricas Web of Science y Scopus del periodo 1996 al 2016
Fuente: Web of Science y Scopus. Elaboración: Los autores

Productividad de áreas de estudio

A partir de los trabajos científicos publicados en las dos fuentes antes mencionadas se pudo obtener información de las áreas con más publicaciones de artículos científicos orientados al reconocimiento facial para lo cual se registró la cantidad de 39.135 y 11.696 artículos publicados durante el periodo de 1996 – 2015 en WoS y Scopus.

Los gráficos de la Figura 3 reflejan que las áreas de estudio que con más frecuencia se publican artículos científicos en WoS son: Computer Science, Engineering y Mathematics a diferencia que en Scopus que las áreas con más frecuencia a realizar publicaciones de artículos científicos son: Psychology-Neurosciences- Neurology, Computer Science y Behavioral Sciences.

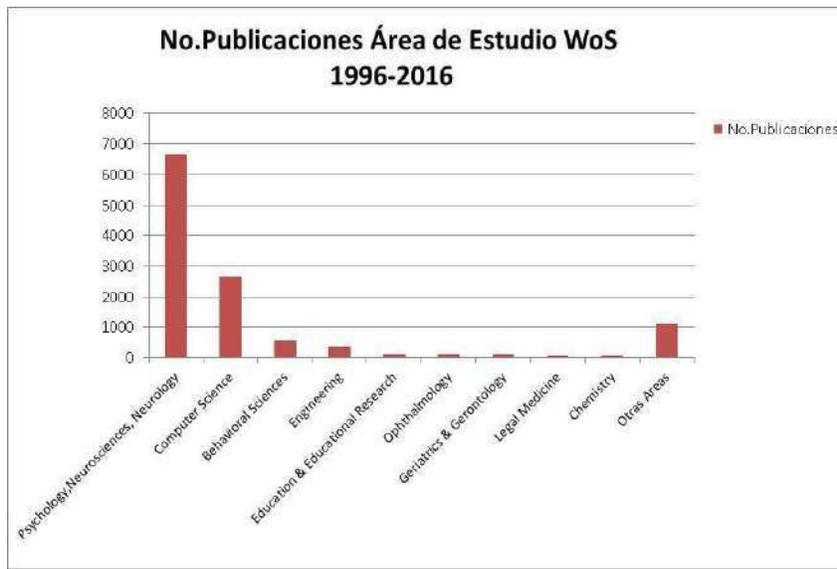


Figura 3-a. Comparación del número de Publicaciones por área de estudio Scopus de las fuentes bibliométricas Web of Science y Scopus del periodo 1996 al 2016

Fuente: Web of Science y Scopus. Elaboración: Los autores

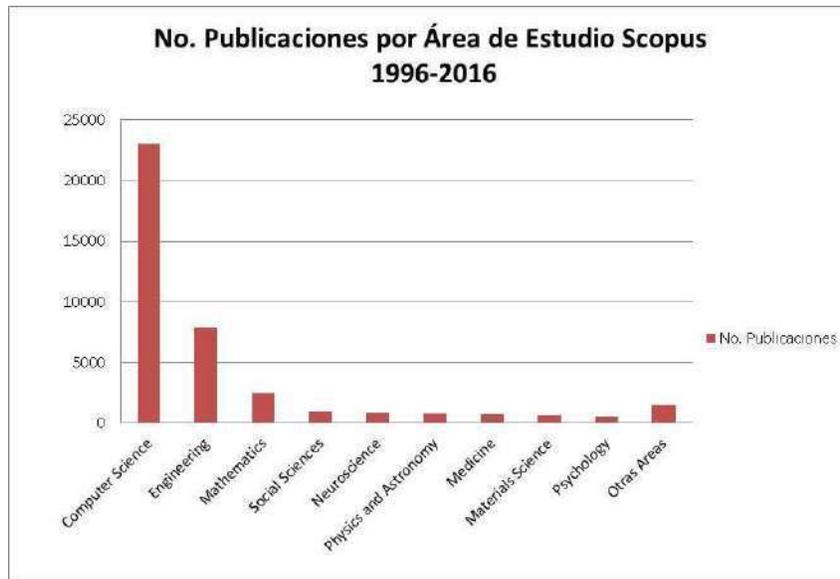
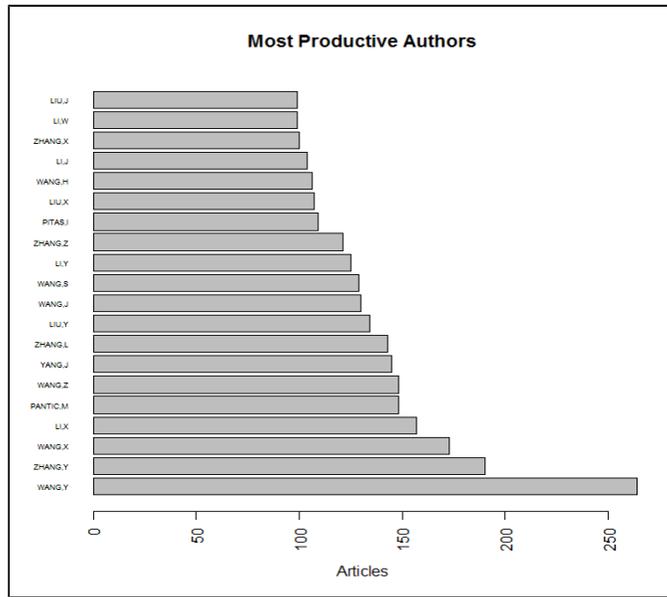


Figura 3-b. Comparación del número de Publicaciones por área de estudio Scopus de las fuentes bibliométricas Web of Science y Scopus del periodo 1996 al 2016

Fuente: Web of Science y Scopus. Elaboración: Los autores

En referencia a los autores más productivos, es decir los que más han publicado artículos relacionados sobre reconocimiento facial se obtuvieron los resultados en las figuras 4 y 5.

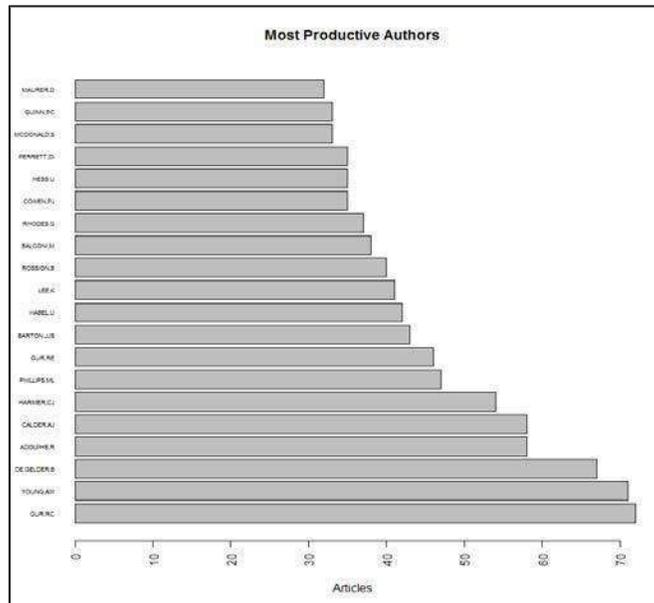


Most Productive Authors Scopus

##

##	Authors	Articles	Authors	Articles Fractionalized
## 1	WANG, X	264	WANG, Y	76.1
## 2	ZHANG, Y	190	ZHANG, Y	59.6
## 3	WANG, X	173	WANG, X	50.7
## 4	LI, X	157	PANTIC, M	47.9
## 5	PANTIC, M	148	LI, X	45.4

Figura 4. Autores más productivos de Scopus del periodo 1996 al 2016
Fuente: Web of Science y Scopus. Elaboración: Los autores



```

## Most Productive Authors WOS
##
## Authors      Articles  Authors      Articles Fractionalized
## 1  GUR,R,C      72 ADOLPHS,R      23.68
## 2  YOUNG,A,W    71 DE,GELDER,B  22.29
## 3  DE,GELDER,B  67 BALCONI,M    18.48
## 4  ADOLPHS,R    58 BARTON,JJS   16.84
## 5  CALDER,A,J   58 YOUNG,AW      15.80

```

Figura 5. Autores más productivos de WoS del periodo 1996 al 2016
Fuente: Web of Science y Scopus. Elaboración: Los autores

Índice de Colaboración

En función de los datos expresados en las siguientes tablas se procedió a calcular el Índice de Colaboración, el cual se obtuvo dividiendo la cantidad total de las firmas por el total de trabajo examinado.

$$\text{Índice de Colaboración (I.C.)} = \text{Firmas} / \text{Trabajos}$$

Tabla 1. Cantidad de Trabajos Científicos por año de publicación de las fuentes bibliométricas WoS y Scopus.

WOS		Scopus	
Año Publicación	Cantidad de Trabajos Científicos	Año Publicación	Cantidad de Trabajos Científicos
1996	136	1996	148
1997	143	1997	122
1998	161	1998	168
1999	163	1999	149
2000	222	2000	254
2001	265	2001	373
2002	248	2002	390
2003	363	2003	485
2004	409	2004	421
2005	492	2005	556
2006	537	2006	711
2007	552	2007	1016
2008	613	2008	1500
2009	739	2009	1615
2010	736	2010	1965
2011	821	2011	1932
2012	917	2012	2117
2013	1059	2013	2373
2014	1114	2014	2551
2015	1166	2015	2676
2016	608	2016	1522

Fuente: Web of Science y Scopus. Elaboración: Los autores

El índice de colaboración del año 2015 de las fuentes de Wos y Scopus se puede determinar por cada fuente y fue de:

I.C. (WoS 2015) = 33.56
I.C. (Scopus 2015) = 4.47

En función de las operaciones antes realizadas se obtuvo los índices de colaboración para el año 2015 de las dos fuentes WoS y Scopus, el resultado muestra que en promedio los documentos cuentan con 34 y 5 firmas o más de cada una de las fuentes antes mencionadas.

Análisis de últimos meses

El interés por el tópico de reconocimiento facial continúa con la investigación en el mismo sigue en crecimiento, los datos del 2016 están hasta el mes de julio pero se decidió dejarlos en el artículo para mostrar que el porcentaje de publicación del tema es mayor en el primer semestre del año 2016 que en todo el 2007, el año en que ocurrieron ataques cibernéticos de gran envergadura promoviendo el interés por mayores soluciones de seguridad (SC Magazine, 2007). En ambos análisis de resultados de Scopus y WoS, se puede apreciar que la innovación en reconocimiento facial está en aumento, esto se puede deducir inicialmente revisando solamente el número de artículos en la base de datos científica de Scopus de la figura 6 que muestra una baja en el promedio de citas por artículo pero hay un incremento exponencial en la investigación y publicación de manuscritos que tratan acerca del reconocimiento facial.

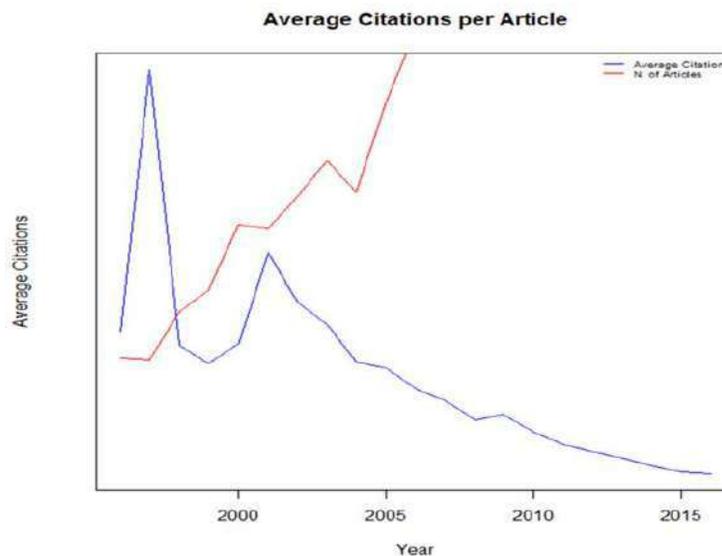


Figura 6. Promedio de citas por artículo por el número de artículos del periodo 1996 al 2016

Fuente: Scopus Elaboración: Scopus

Algunas aplicaciones

Luego de 20 años de investigación y avances tecnológicos se han desarrollado softwares que trabajan con reconocimiento facial y utilizan básicamente bases de datos de fotografías de individuos en las grandes redes sociales y bases de datos locales como las del FBI en Estados Unidos mediante los cuales han podido resolver muchos casos en el ámbito delincriminal, estos softwares utilizan algoritmos de reconocimiento facial que permiten comparar rasgos físicos del rostro de un individuo mediante una fotografía con similares características generando resultados exactos en los cuales estos programas reconocen a las personas hasta en un 100% de exactitud. Esta tecnología desarrollándose y siendo aplicada en algunas áreas de estudio así también como a nivel de seguridad aunque hay personas que se oponen al uso de esta tecnología por parte de las entidades comerciales y gubernamentales ya que se vulnera la privacidad del individuo. Esta tecnología de sistemas de reconocimiento facial biométrico y otros sistemas de identificación fueron impulsados por la seguridad creyendo que estas tecnologías ofrecen soluciones pero son notables las amenazas de seguridad que plantean estos mismos sistemas en sus bases de datos (Introna, L., Nissenbaum, H).

En la tabla 2 se muestran algunos de los softwares que en la actualidad se encuentran trabajando con esta tecnología.

Tabla 2. Software de reconocimiento facial que trabajan con las redes sociales.

SOFTWARE	ALGORITMO	PAIS	REDES SOCIALES/BASE DE DATOS	CREADOR
FindFace	Procesa de manera rápida hasta 1.000 millones de fotografías, lo cual prevé cientos de billones de comparaciones	Rusia	VK	N-Tech.Lab (Google)
Finding Rover	Algoritmo Pet Match, que se basa fundamentalmente en los ojos y en el color de pelo	Estados Unidos	Base de Datos Finding Rover	John Polimeno
TrapWire	Algoritmo que combina los datos de la red de cámaras de vigilancia de Estados Unidos y analiza individualmente a cada ciudadano	Estados Unidos	Todas	Abraxas
DeepFace	Identifica a la persona cuestión, tomando en cuenta únicamente a los amigos del usuario que se pretende etiquetar en una foto	Estados Unidos	Facebook	Facebook

Fuente: Consultas varias en la www. Elaboración: Los autores

3. CONCLUSION

Con respecto a la actividad de investigaciones relacionadas a la tecnología de reconocimiento facial se evidenció que entre los años 1996 al 2016 se han realizado estudios y avances tecnológicos a nivel de software y hardware que trabajan con algoritmos que permiten reconocer a una persona mediante sus rasgos faciales y a partir del reconocimiento del rostro permitir realizar otros procesos por medio de los movimientos de músculos, identificación de puntos de trazado, estructuración de formas geométricas y colección de librerías de emociones pregrabadas, que se basan en algoritmos que se han estado mejorando con los años y que se conectan con investigaciones de seguridad, así como también del comportamiento humano.

Las mejoras en esta tecnología están en constante evolución debido a que se quiere mejorar la detección de las facciones del rostro así sea que el rostro de la persona se encuentre con sombras e incluso alcanzar la detección de los rostros en la oscuridad.

Se pudo obtener datos que demuestran el interés de investigadores en cuanto a la tecnología del reconocimiento facial, la cual ya se ha estado estudiando hace más de 20 años y que en la actualidad permite interactuar con diferentes ramas de la ciencia para desarrollar nuevas herramientas que faciliten reconocer a un individuo mediante sus rasgos físicos del rostro y sus gestos. Se Aunque esta tecnología es muy importante en el ámbito legal, hay muchos que se oponen ya que se está violando la privacidad de los individuos.

El presente estudio motivará a los investigadores interesados en el tema de reconocimiento facial a realizar una amplia exploración en las bases de datos bibliográficas científicas, a fin de aumentar sus conocimientos sobre esta materia y lograr enriquecer las diferentes disciplinas en las que se emplea la misma, fortaleciendo su integración y desarrollo.

4. BIBLIOGRAFÍA

O'Reilly Media, I, (2012). Big Data Now: 2012 Edition. O'Reilly Media.

Marr, B, (2015). Big data : using smart big data, analytics and metrics to make better decisions and improve performance. John Wiley and Sons, Inc, Chichester, West Sussex, United Kingdom.

Mirashe, S.P., Kalyankar, N. V: Cloud Computing. Commun. ACM. 51, 9 (2010).

Ekman, P., Rosenberg, E.L, (2005): What the face reveals : basic and applied studies of spontaneous expression using the facial action coding system (FACS). Oxford University Press, Oxford.

Braidot, N.: Neuromarketing en acción.URL

<https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=blQ3266MRtQC&pgis=1>.

Cebreros, O. (2014): El análisis de la expresión facial como herramienta del neuromarketing: utilidad y probabilidades de éxito.

Segura, C.C., Garriga, F.S, (2008): Marketing Experiencial: el marketing de los sentimientos y sus efectos sobre la mejora en la comunicación. In: II International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management. pp. 267–272.

Attack!_Marketing: Experiencial 101: What is Experiencial Marketing?, URL
<http://www.creativeguerrillamarketing.com/querrilla-marketing/experiencial-101-experiencial-marketing/>.

Nielsen, (2015): GLOBAL TRUST IN ADVERTISING.

Tan, J.: Will Facebook Marketing Reach Saturation Point?, URL
<https://marketingstrategyexpert.wordpress.com/2015/01/04/will-facebook-marketing-reached-saturation-point>.

Garner, P.: Has mobile advertising reached saturation?, URL
<http://marketrealist.com/2015/01/mobile-advertising-reached-saturation/>.

Jifa, G., Lingling, Z, (2014): Data, DIKW, Big Data and Data Science. Procedia Comput. Sci. 31, 814–821.

Falagas, M. E., Pitsouni, E. I., Malietzis, G. A., & Pappas, G. (2008) Comparison of PubMed, Scopus, web of science, and Google scholar: strengths and weaknesses. The FASEB journal, 22(2), 338-342.

Bakken basiN., Bauer, K., Glover, J., & Wang, L. (2006). Three options for citation tracking: Google Scholar, Scopus and Web of Science. Biomedical digital libraries, 3(1), 7.

Campos. D. (2007): Estudio bibliométrico general de colaboración y consumo de la información en artículos originales de la revista universitaria médica, periodo 2002, a 2006. Universidad Médica; 48(4):358-365.

Introna, L., Nissenbaum, H: Facial Recognition Technology: A Survey of Policy and Implementation Issues. URL
https://www.nyu.edu/projects/nissenbaum/papers/facial_recognition_report.pdf

004. SISTEMA INTEGRAL DE GESTION ACADEMICA BASADO EN CLOUD COMPUTING PARA LAS INSTITUCIONES QUE CONFORMAN EL SISTEMA UNIVERSITARIO ECUATORIANO.

Autores:

PHD Judith Díaz¹, MG. Mitchell Vásquez², MG. Jorge Hidalgo³, MG. María Avilés⁴, PHD Roger Freire⁵ y MG. Néstor Vera⁶.

Escuela de Computación, Universidad Agraria del Ecuador, Guayaquil-Ecuador

judithdiaz972@gmail.com, mvasquez@uagraria.edu.ec, jhidalgo@uagraria.edu.ec,
maviles@uagraria.edu.ec, rfreire@uagraria.edu.ec, nvera@uagraria.edu.ec;

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo analizar el modelo de gestión universitaria y las herramientas utilizadas para los procesos de evaluación de las Instituciones de educación superior bajo el esquema actual donde la información es generada en su mayoría en forma manual para el cumplimiento de los indicadores propuestos por el CEAACES, frente al desarrollo de un sistema automatizado que incorporando el uso de “Cloud computing” sirva como herramienta para el procesamiento y almacenamiento de la información académica en el Sistema Universitario Ecuatoriano y su pertinencia a nivel tecnológico en el área de la educación superior nacional. Se usó como método el cualitativo ya que se describe el sistema universitario ecuatoriano, además de como manejan la información académica los docentes y estudiantes de las universidades. Luego, se presenta como resultado una sistematización de la información para llegar al cumplimiento de los estándares establecidos por los entes de control, continuando con un análisis costo-beneficio de un sistema de gestión y control de la información académica integrado al modelo cloud de una Infraestructura como servicio (IaaS), para finalizar se describen las conclusiones enmarcando las ventajas que este modelo representaría para las Instituciones de Educación Superior del Ecuador.

Palabras Claves: Cloud, Sistema Universitario Ecuatoriano, Almacenamiento, IaaS.

1. Introducción

Las universidades ecuatorianas han mejorado la calidad académica brindando a sus estudiantes mejores servicios como bibliotecas, canchas deportivas, salones con proyectores, entre otros. Uno de los factores más importantes y como objetivo principal del estudio es el uso de las herramientas que nos ofrece las TIC (Tecnología de la

información y la comunicación), donde se considera pertinente el uso de un Cloud Computing como herramienta para el almacenamiento de la información académica con la finalidad (resultado) del beneficio de toda la comunidad estudiantil y profesoral, para un eficiente manejo de la información y el respaldo de la misma.

En la actualidad, en la era de la gestión del conocimiento, el principal activo de las universidades es la información almacenada, es por ello que esta propuesta incluye esencialmente aspectos relacionados con el almacenamiento y respaldo de la información en el Cloud de la Universidad, con la finalidad que en caso de algún evento se pueda seguir teniendo la información disponible y actualizada.

Se propone tener un proveedor de la Infraestructura Cloud, para que se pueda tener el servicio de almacenamiento de la información y se generen máquinas virtuales y muchos otros servicios brindados por el Cloud. Se describe con especificidad las ventajas del Cloud en las Instituciones de Educación Superior.

A la luz del paradigma Cloud Computing, se hace pertinente en el desarrollo tecnológico de las universidades específicamente en el sistema ecuatoriano (UAE), la aplicabilidad de esta herramienta como gestión del conocimiento científico y por ende del desarrollo organizacional en la filosofía universitaria y en el acceso a internet que aceleran la búsqueda de información y la excelencia académica en cuestión.

2. DESARROLLO

SISTEMA UNIVERSITARIO ECUATORIANO

La Educación Superior en el Ecuador, ha presentado algunos cambios significativos promulgándose la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) donde se exponen articulados que plantean la orientación para el desarrollo de habilidades y destrezas de los futuros profesionales, como lo expide el Art. 350 de la Constitución de la República del Ecuador, que señala: “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;”

Por tal motivo, se hace pertinente el procesamiento de la información académica a nivel de los docentes y estudiantes en respuesta a las necesidades del Sistema Universitario Ecuatoriano, donde ésta comunidad requiere de los beneficios de los servicios que ofrece la infraestructura del Cloud con respecto al almacenamiento y respaldo de la información.

MANEJO DE INFORMACIÓN ACADÉMICA

Las instituciones de educación superior ecuatoriana como toda organización tienen procesos que recopilar, entre ellos los académicos. Una buena gestión académica recibe las entradas, las procesa y produce conocimiento que va a estar reflejado en un servicio a toda la comunidad universitaria en cuanto a la enseñanza, aprendizaje y capacitaciones tecnológicas.

El auge de la tecnología se ha introducido en algunos casos muy lento dentro de las instituciones de educación superior, impulsados por la corriente globalizadora a nivel mundial desde el punto de vista económico, tecnológico y social.

Actualmente el disponer de una infraestructura tecnológica y recurso humano capacitado se convierten en elementos importantes en las instituciones de educación superior ecuatoriana para generar y procesar información ya que en conjunto con el conocimiento se convierten en una ventaja competitiva.

Esta competitividad en las Instituciones de Educación Superior se ve reflejada en la calidad educativa ofertada, asociada a los servicios académicos que presta y la imagen que proyecta permitiendo cubrir expectativas y brindar satisfacciones a la comunidad universitaria.

La información más importante está relacionada con el portafolio tanto del docente como del estudiante, y el aporte que este genera para el cumplimiento de las metas planteadas en cada institución, mismas que están íntimamente ligadas con el Plan de mejoras y Plan de fortalecimiento institucional, y para el caso de entidades públicas también se considera el cumplimiento del Plan Operativo Anual –POA y Plan estratégico de desarrollo institucional –PEDI. Todos estos planes son controlados por el CEAACES con el objetivo de medir y verificar el aseguramiento de la calidad universitaria.

Debido a la gran cantidad de información generada, en ocasiones el personal tarda mucho tiempo en la generación de informes y reportes que son necesarios para evidenciar el cumplimiento de los planes mencionados, ya que en su mayoría se realizan en forma manual y es por ello que el objetivo del sistema propuesto es automatizar todos estos procesos utilizando servicios IaaS.

SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Cuando se maneja demasiada información y su mayor parte se realiza manualmente, se pierde el control y cualquier usuario podría acceder y manipular a los datos, incluso existiendo los reglamentos se cometen errores al obviar controles fundamentales, por tal motivo la sistematización es un aspecto fundamental a la hora de optimizar tiempos, y garantizar la confidencialidad e integridad de los datos.

Por esta razón las principales partes interesadas en la educación como estudiantes, profesionales educativos, instituciones educativas, y el personal de TI pueden beneficiarse el uso de la nube, pero no todos ellos provechosamente por igual de todas sus ventajas. Algunos de estos se refieren al aprendizaje y proceso de enseñanza, mientras que otros se ocupan de diferentes aspectos de la educación como la economía de TI o gestión de la tecnología y funcionamiento [6]

La mayoría de universidades a nivel de Europa y Asia han utilizado el Cloud Computing para fomentar la educación a distancia, [7], y fortalecer aspectos educativos, así como otras lo han adoptado por muchos factores de tipo técnico, organizacional y del entorno, refiriéndose al área gubernamental. [8]

Existen diversos tipos de proveedores de Cloud Computing los cuales brindan variedades de servicios a precios justos y adecuados. En el mundo existen empresas importantes como: Amazon Web Services , Level 3, Open Stack, Azure, En el Ecuador empresas de telecomunicaciones como CNT EP, Telconet , Claro y New Acces entre otras, ofrecen hoy esta opción de servicios.

Amazon Web Services proporciona una plataforma de infraestructura escalable de alta fiabilidad y de bajo coste en la nube que impulsa a cientos de miles de empresas en 190 países de todo el mundo. Los precios de Amazon, son de coste bajo con infraestructura a escala, los precios varían de acuerdo al uso. Se encarga de carga de trabajo y reducir la capacidad inmediatamente en función de la demanda. [12]

Azure es la única plataforma en la nube importante que Gartner ha calificado como líder en el sector para infraestructura como servicio (IaaS) y plataforma como servicio (PaaS). Se puede ampliar o reducir rápidamente para adaptarse a cualquier demanda, de modo que solo paga por lo que usa. La facturación por minuto y el compromiso de igualar los precios de la competencia para los servicios de infraestructura conocidos, como el proceso, el almacenamiento y el ancho de banda, implica que siempre obtendrá unos precios inmejorables por el rendimiento. [13]

Sistema operativo nube OpenStack permite a las empresas y proveedores de servicios para ofrecer recursos de computación bajo demanda, mediante el aprovisionamiento y gestión de grandes redes de máquinas virtuales. Recursos informáticos son accesibles a través de APIs para los desarrolladores que crean aplicaciones en la nube ya través de interfaces web para administradores y usuarios. La arquitectura de computación está diseñado para escalar horizontalmente en hardware estándar, lo que permite la economía nube empresas han llegado a esperar.

CNT Cloud, empresa ecuatoriana que brinda servicios de Cloud Computing en el años 2011-2015 con precios cómodos; brinda varios servicios como: soporte para firewall, balanceadores de carga, soporte Microsoft, respaldos, recuperación de desastres y monitoreo. [14]

Las condiciones económicas actuales a nivel mundial y los recortes de presupuesto han influido a que la mayoría de las universidades ubiquen sus servicios informáticos y académicos en la nube. De esta forma es posible, adicionar recursos conforme se van necesitando, adicionalmente expandir los servicios que ofrecen al personal docente, estudiantes y administrativos.

PLATAFORMA CLOUD DE ALMACENAMIENTO

El modelo IaaS (Infraestructura como servicio) proporciona la infraestructura necesaria para ejecutar aplicaciones en un entorno virtualizado (Figura 1), a través de una conexión pública, que suele ser internet. En este modelo se ofrece espacio de almacenamiento o de cómputo, virtualización, capacidad de proceso, servidores y cualquier otro tipo de hardware, en pago de alquiler por uso de esta infraestructura de procesamiento a los que el usuario accede a través de la red. También se puede agregar la entrega de sistemas operativos y tecnología de virtualización para gestionar los recursos. [3],[4],[5],[9],[10],[11].



Fig.1 Modelo IaaS de la UAE

Para el modelo IaaS de la UAE, se especifica un servicio integrado para el procesamiento y virtualización de 4 procesadores, 10 K , 16 MB Ram Total global, manteniendo una conexión a Internet de 5 Mbps, con un Espacio en Disco de 5TB; y de importancia significativa equipos de respaldo Nas y un Equipo Ctera.

Al usuario se le proporciona la capacidad de almacenamiento, procesamiento de datos, redes, ancho de banda, direcciones IP y otros recursos informáticos, los cuales proceden de multitud de servidores y redes, generalmente distribuidos en centros de datos, de los cuales el mantenimiento se encarga el proveedor del servicio Cloud mientras que el usuario es capaz de desplegar y ejecutar un software específico que puede incluir sistemas operativos y aplicaciones. [3],[5]

El cliente no gestiona ni controla la infraestructura fundamental del Cloud, pero tiene el control sobre sistemas operativos, almacenamiento y aplicaciones desplegadas en la nube además de tener la posibilidad de un control limitado de componentes seleccionados de la red y los correos, como por ejemplo firewalls, hospedajes alojados, entre otros. Es decir, el usuario alquila los recursos informáticos en su propio centro de datos, en lugar de comprarlos e instalarlos, de esta manera, el usuario pagará de acuerdo a la cantidad de recurso usado y a su tiempo de uso. [2],[5]

3. ANÁLISIS COSTO-BENEFICIO DEL MODELO

Con la finalidad de evaluar la ventaja económica y los beneficios del valor agregado de la implementación de este modelo, se mostrará el comparativo de costos respecto al promedio de erogación de recursos que se generan en una institución de educación superior para el proceso de la información académica en forma casi manual, donde participan recursos de diferentes niveles, tales como docentes, personal administrativo, técnicos informáticos e incluso directivos de la institución, para poder obtener información mensual actualizada de todos los procesos académicos que se llevan a cabo.

Costos procesos manuales

Dentro del proceso manual, todo el personal genera y procesa la información de manera manual tan solo con la ayuda de diversos utilitarios, pero no se incorpora un sistema de procesamiento ni almacenamiento de esta información, por lo cual a más del recurso humano debe considerarse la cantidad de impresiones que se realizan para poder mantener en archivos la información generada.

Para el efecto comparativo, se ha considerado el promedio de horas hombre para la generación de información útil para la institución, misma que establece un alto costo solo por el uso del recurso humano.

RECURSO HUMANO	H/DIA EN LOS PROCESOS	HORAS MES (20 DIAS LABORABLES)	PERSONAL MES ASIGNADO	HORAS MES USADAS EN PROCESO
DOCENTES	3	60	15	900
ADINISTRATIVOS	4	80	5	400
TECNICOS INFORMAT	4	80	3	240
DIRECTIVOS	2	40	2	80
TOTALES	13	260	25	1620

Tabla No. 1 Determinación de horas hombre mensuales en proceso de información académica

RECURSO HUMANO	SUELDOS Y SALARIOS PROMEDIO MES	VALOR HORA DEL RECURSO	HORAS MES USADAS EN PROCESO	VALOR MENSUAL POR PROCESO MANUAL
DOCENTES	2.366,26	9,86	900	8.873,48
ADINISTRATIVOS	941,13	3,92	400	1.568,54
TECNICOS INFORMAT	873,90	3,64	240	873,90
DIRECTIVOS	3.361,17	14,00	80	1.120,39
TOTALES	7.542,46	31,43	1620	12.436,32

Tabla No. 2 Determinación de costo mensual en proceso manual de información académica

Costos procesos automatizados con uso de Cloud Computing.

Este modelo, permite disminuir considerablemente el uso de recurso humano, ya que propone que el personal optimice su tiempo y que mediante el acceso a un sistema web (diseñado para este proceso) tanto el personal docente como administrativo alimenten los datos del sistema y que este procese y genere reportes en línea al mismo tiempo que almacena todos los soportes necesarios que evidencien las actividades desarrolladas en cada uno de los periodos. Cabe indicar que el almacenamiento al ser digital permite recuperar la información desde cualquier lugar, lo cual permite un trabajo colaborativo integral.

Para la siguiente tabla, se ha considerado el promedio de horas hombre para la alimentación del sistema que permita procesar y generar información útil para la institución.

RECURSO HUMANO	H/DIA EN LOS PROCESOS	HORAS MES (20 DIAS LABORABLES)	PERSONAL MES ASIGNADO	HORAS MES USADAS EN PROCESO
DOCENTES	2	40	15	600
ADINISTRATIVOS	2	40	2	80
TECNICOS INFORMAT	1	20	1	20
DIRECTIVOS	1	20	2	40
TOTALES	6	120	20	740

Tabla No. 3 Determinación de horas hombre mensuales en proceso de información académica – usando un sistema académico web en Cloud.

Este modelo también requiere presentar los costos asociados al servicio IaaS, para lo cual se ha considerado valores referenciales de estos servicios en el Ecuador.

IAAS	CARACTERISTICA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO RENTA MES
PROCESAMIENTO / VIRTUALIZACION	DETALLE PROPUESTO	1,00	1.437,97	1.437,97
CONEXIÓN INTERNET	CONEXIÓN 5MBPS	1,00	150,00	150,00
ALMACENAMIENTO	EN GB	5.000,00	0,18	900,00
EQUIPOS DE RESPALDO LOCAL EN SITIO	NAS + EQUIPO CTERA	1,00	156,00	156,00
TOTALES	-			2.643,97

Tabla No. 4 Determinación de costo mensual por uso de un sistema académico web en Cloud.

RECURSO	COSTO MES	COSTO ANUAL
HUMANO	6.862,38	82.348,58
IASS	2.643,97	31.727,64
TOTALES	9.506,35	114.076,22

Tabla No. 5 Costo total del proceso automatizado con Cloud de información académica

RECURSO	MANUAL	CLOUD
HUMANO	12.436,32	6.862,38
IASS	-	2.643,97
TOTALES	12.436,32	9.506,35

Tabla No. 6 Comparativo proceso manual versus modelo propuesto con uso de Cloud Computing para el manejo de información académica.

La diferencia en costo mensual es notable, por lo que se determina que el uso del Cloud Computing genera un beneficio económico a más de los valores agregados y beneficios intangibles que se pueden presentar por el uso de información en línea que permite crear ambientes colaborativos entre docentes, administrativos y autoridades de la institución.

4. VENTAJAS DEL MODELO CLOUD PARA LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DEL ECUADOR

La aplicación de una sistematización de los procesos académicos que incorpora desde la gestión del manejo de los portafolios docentes y de alumnos hasta el cumplimiento de los planes institucionales y su medición bajo parámetros establecidos con indicadores hacen necesario que se cuente con una infraestructura capaz de almacenar y procesar toda esta información, y al mismo tiempo que sea accesible desde cualquier ubicación, por lo que aplicar este sistema basado en Cloud Computing, generaría una gran ventaja para todos los que interaccionan con el mismo, permitiéndoles obtener información en línea con alto grado de confiabilidad y veracidad, disminuyendo los tiempos de trabajo manual y los altos costos que generan los recursos humanos durante su desarrollo.

Es evidente que en este aspecto las TIC juegan un papel importante en la renovación del sistema educativo superior ecuatoriano. Las posibilidades que ofrecen estos recursos para estudiantes y profesores, pueden mejorar y dinamizar la enseñanza y los procesos derivados de ello.

La accesibilidad que proporciona el Cloud puede servir para tener al alcance recursos desde cualquier lugar y en cualquier momento. Los estudiantes podrían tener a su disposición el syllabus, ejercicios o exámenes desde la comodidad de su hogar o cualquier otro sitio, entrando en el servicio desde un dispositivo móvil. Por su parte, los docentes tendrían la posibilidad de actualizar los documentos o subir nueva información cuando la Institución de Educación Superior lo requiera.

Un servicio de Cloud también incentiva la colaboración entre estudiantes y profesores, colocando las diferentes herramientas para realizar aportaciones conjuntamente. De esta forma, se fomenta el espíritu de trabajo en equipo.

El Cloud Computing como modelo para habilitar el acceso a un conjunto de servicios computacionales proporciona un servicio de almacenamiento para el manejo de información académica en el sistema universitario ecuatoriano juega un papel importante en el futuro de la educación superior.

Las TIC y el Cloud pueden contribuir a promover la comunicación entre Instituciones de Educación Superior, esto puede enriquecer los planes de estudio y el intercambio de conocimientos. A pesar de que se debe generar un costo por alquilar los servicios del Cloud en las Instituciones de Educación Superior, es una inversión que con el tiempo se podrá recuperar.

Entre las principales ventajas del Cloud Computing se encuentran:

Integración probada de servicios: por su naturaleza, la tecnología Cloud se puede integrar con mayor facilidad y rapidez con otras aplicaciones desarrolladas por los estudiantes y docentes de la Institución de Educación Superior. [1]

Prestación de servicios a nivel mundial: se puede acceder al servicio desde cualquier lugar, teniendo una conexión a internet y el protocolo de seguridad del servicio Cloud lo permita [4] El Cloud proporciona mayor capacidad de adaptación, recuperación de información y reducción de los tiempos de inactividad debido a la infraestructura que posee. [1]

Una infraestructura 100% Cloud Computing no necesita instalar ningún tipo de hardware, es por eso, que se la considera una tecnología simple, además requiere mucha menor inversión para empezar a trabajar. [1]

La implementación de una aplicación Cloud es más rápida y con menos riesgos debido a que se descartan cuestiones como la compra de Hardware, instalación, mecanismos de contingencia, entre otros. [1] Además el servicio del IaaS es configurado y mantenido por el proveedor del servicio Cloud [4]

No hay puntos únicos de fallo: si falla un servidor o un conmutador, el servicio global no se verá afectado, por la cantidad restante de recursos de hardware y configuraciones redundantes. Hay servicios de infraestructura en los cuales incluso la caída de un centro de datos entero, no afecta en absoluto al funcionamiento del servicio IaaS. [4]

Escalabilidad: los recursos del Cloud se encuentran disponibles en el momento en que la Institución de Educación Superior los necesita, es decir, desaparecen los tiempos de espera a la hora de ampliar la capacidad y no se desaprovecha en recursos que no se estén utilizando. [4]

El Cloud contribuye en el uso eficiente de la energía para el funcionamiento de la infraestructura. Anteriormente, los datacenters tradicionales y los servidores consumen mucha más energía de la requerida realmente. En cambio, en el Cloud, la energía consumida es sólo la necesaria, reduciendo notablemente el desperdicio. [1] Es decir, con un Cloud se tiene un modelo de tarificación similar al de los suministros públicos

como la luz o el gas, el servicio está accesible según la demanda y el cliente sólo paga por lo que utiliza [4]

5. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.

La presente investigación se desarrolló dentro del paradigma cualitativo. Según Martínez (2004) en este modelo se responde a las preguntas ¿qué es? y ¿cómo es? correspondiente a la naturaleza o esencia de un ser, describiendo sus conjunto de cualidades o la calidad del mismo.

Cabe señalar que esta postura no logra construir un paradigma único. Los distintos autores que la adoptan tienden a pertenecer a distintas corrientes críticas, que de modo muy grueso podrían identificarse como corrientes interpretativas.

De esta manera, la investigación cualitativa trata de identificar, básicamente, la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones. De aquí que lo cualitativo (que es el todo integrado) no se opone de ninguna forma a lo cuantitativo (que es solamente un aspecto), sino que lo implica e integra, especialmente donde sea importante. Específicamente en cuanto al tema de Sistema Integral de gestión académica basado en cloud computing para las instituciones que conforman el sistema universitario ecuatoriano, lo describe en base a sus aristas epistémicas y su influencia en el desarrollo organizacional y tecnológico en pro del mejoramiento del área de Educación Superior nacional.

6. CONCLUSIONES

Entre sus múltiples ventajas, el Cloud aporta a las instituciones de educación superior la posibilidad de compartir sus aplicaciones además del servicio de almacenamiento para toda la comunidad universitaria, es decir, estudiantes, docentes y personal administrativo, todo esto sin repercutir negativamente ni en su eficiencia ni en su seguridad.

En este artículo el servicio de almacenamiento del Cloud es requerido para aportar a las instituciones de educación superior todas las ventajas del Cloud Computing. Se trata de la instalación de una red informática que abastece de servicios de almacenamiento utilizados por la comunidad universitaria. Entre los grandes beneficios del Cloud está la gestión de la información controlada bajo las directrices de la propia universidad, lo que facilita establecer y respetar las políticas de confidencialidad propias de cada institución universitaria, debido a que la instalación y mantenimiento de datos en el Cloud y el establecimiento de prácticas y herramientas de administración de seguridad son realizadas por la misma universidad.

El Cloud permite el alojamiento de los datos y aplicaciones de las Instituciones de Educación Superior cuya ubicación está en la misma universidad pero bajo la administración del proveedor de la Infraestructura del Cloud. Los recursos son más confiables, esta confiabilidad es uno de los mayores incentivos para que los miembros de la propia institución de educación superior utilicen sus TI propias. De esta forma se puede establecer un mayor control sobre los datos confidenciales y se pueden hospedar en el Cloud diversas aplicaciones en las que el rendimiento es crítico para el uso de la comunidad universitaria.

El Cloud universitario es un servicio de almacenamiento de datos que permite añadir una serie de herramientas y aplicaciones para una gestión avanzada de los mismos. Se controla directamente desde la universidad, lo que permite contar con enormes posibilidades de personalización en aspecto, número y capacidad de las aplicaciones, comportamiento, organización de datos, entre otros, según las necesidades de los docentes y estudiantes de la universidad.

Para finalizar, se puede concluir en que la infraestructura del Cloud mejora la eficiencia en la gestión y administración del almacenamiento de las instituciones de educación superior, su accesibilidad, su escalamiento, su implementación y su seguridad. Además, como la infraestructura del Cloud se administra como una unidad, las universidades pueden acercarse mucho más a la optimización de los recursos tecnológicos de almacenamiento obteniendo mayor capacidad y rendimiento.

Referencias Bibliográficas

- [1] Estigarribia, Hernán (2012). "Mobile Cloud Computing y su relación con aplicaciones móviles y aplicaciones sensibles al contexto". para obtener el grado de Especialista en Ingeniería de Software. Facultad de Informática - Universidad Nacional de La Plata. Argentina. Consultado el 15 de junio de 2016 en: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/21856/Documento_completo.pdf?sequence=3
- [2] Carrasco, José (2014). Adopción del nuevo paradigma tecnológico. "Cloud Computing" y su impacto en el SRI. Tesis de Maestría en Gestión Informática Empresarial. Universidad Central del Ecuador. Consultado el 1 de junio de 2016 en <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2937/1/T-UCE-0011-35.pdf>
- [3] Interoute Communications Limited, 2013-2016 All rights reserved. Consultado el 1 de junio de 2016 en <http://www.interoute.es/what-iaas>
- [4] Management Solutions (2012). La nube: oportunidades y retos para los integrantes de la cadena de valor. Consultado el 30 de mayo de 2016 en <http://www.managementsolutions.com/PDF/ESP/La-nube.pdf>

[5] Joyanes, L (2011). GISSIC Colombia. Grupo de Investigación Ingeniería del Software y Sociedad de la Información y el Conocimiento. La Computación en Nube (Cloud Computing): El nuevo paradigma tecnológico para empresas y organizaciones en la Sociedad del Conocimiento. Consultado el 28 de mayo de 2016 en <https://gissicolombia.wordpress.com/2011/07/01/la-computacion-en-nube-cloud-computing/>

[6] González-Martínez, J. A., Bote-Lorenzo, M. L., Gómez-Sánchez, E., & Cano-Parra, R. (2015). Cloud computing and education: A state-of-the-art survey. *Computers & Education*, 80, 132-151.

[7] Bouyer, A., & Arasteh, B. (2014). The Necessity Of Using Cloud Computing In Educational System. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 143, 581-585.

[8] Tashkandi, A. N., & Al-Jabri, I. M. (2015). Cloud Computing adoption by higher education institutions in Saudi Arabia: an exploratory study. *Cluster Computing*, 18(4), 1527-1537.

[9] N. S. S. M. Mohamud Sheikh Ibrahim, «Empirical Studies of Cloud Computing in Education,» *ICCSA* , pp. 725-737, 2015

[10] Ghane, F., Gilaninia, S., & Homayounfar, M. (2016). The Effect of Cloud Computing on Effectiveness of Customer Relation Management in Electronic Banking Industry: A case study of eghtesad novin Bank. *Kuwait Chapter of the Arabian Journal of Business and Management Review*, 5(8), 50.

[11] Abdelmaboud, A., Jawawi, D. N., Ghani, I., Elsafi, A., & Kitchenham, B. (2015). Quality of service approaches in cloud computing: A systematic mapping study. *Journal of Systems and Software*, 101, 159-179.

[12] SERVICES, A. W. (2015). *Amazon Web Service*. Obtenido de <http://aws.amazon.com/es/about-aws/>

[13] MICROSOFT. (2015). *Azure*. Obtenido de <http://azure.microsoft.com/es-es/>

[14] CNT. (01 de 2015). *Productos TIC'S*.

005. USO DE LENGUAJE SCALA PARA LA ENSEÑANZA DEL PARADIGMA DE ORIENTACIÓN A OBJETOS EN CENTROS DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

Autor:

Luis Enrique Espinoza Mendoza, lespinoza@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica Ecotec, Ecuador

Docente Tiempo Completo, Facultad de Sistemas y Telecomunicaciones

Master en Docencia y Currículo

Ingeniero en Sistemas

Resumen

Los Centros de Educación Superior han ido implementando la programación orientada a objetos como el primer paradigma en la enseñanza de la programación en los planes de estudios de las carreras de sistemas.

Pero con el pasar del tiempo surgen constantemente paradigmas de desarrollo o evolucionan los ya existentes, lo cual apunta a analizar cómo influyen los mismos en la enseñanza de la programación y la posibilidad de incorporar un lenguaje de programación multiparadigma en su lugar.

El presente artículo tiene por objeto analizar el lenguaje de programación Scala, de una manera comparativa con respecto a los lenguajes más utilizados en la enseñanza en los Centros de Educación Superior, para demostrar que el uso de Scala no es solo una alternativa, sino es una mejor vía de adquirir una visión más completa de la orientación a objetos, y que se debería incluir esta materia como base para cualquier aprendizaje de un lenguaje de desarrollo, ya que ejemplariza de mejor manera los conceptos básicos de los lenguajes multiparadigmas.

Para el sustento teórico de la investigación, se comparó Scala contra Java, y C++, en cuanto a las características de orientación a objetos que soportan los mismos.

Palabras Clave Java, C++, Scala, multiparadigma, POO

I. INTRODUCCION

Los sistemas informáticos desempeñan un papel esencial en el manejo de la Información. A medida que la sociedad se ve inmersa en tales sistemas y crece su dependencia hacia ellos, existe un avance en los distintos lenguajes de programación para satisfacer las demandas actuales.

Este avance de los lenguajes de programación, hace que los estudiantes de los Centros de Educación Superior, incorporen en las materias de grado de carreras afines a Sistemas, un conocimiento básico de los paradigmas de programación, con lo cual sepa aprovechar los beneficios que cada uno le presenta para resolver problemas específicos.

De esta manera, al conocer los conceptos fundamentales de los diferentes paradigmas, el alumno estará preparado para la evolución futura de las herramientas o de los lenguajes.

La idea es que el alumno al terminar su carrera de grado, el alumno tenga una visión general de los diferentes paradigmas que existen y así abordar un problema de la manera más adecuada y que en base al paradigma escogido, se establezca el lenguaje a utilizar, y no al revés, es decir, como sucede en la actualidad, donde se da un lenguaje, el cual ya presupone el paradigma o paradigmas a utilizar.

II. CONCEPTUALIZACION

Paradigma de programación

Un paradigma de programación es una propuesta tecnológica adoptada por una comunidad de programadores cuyo núcleo central es *incuestionable* en cuanto a que únicamente trata de resolver uno o varios problemas claramente delimitados, es un estilo de programación empleado.

Un paradigma de programación está delimitado en el tiempo en cuanto a aceptación y uso ya que nuevos paradigmas aportan nuevas o mejores soluciones que la sustituyen parcial o totalmente.

Tipos de paradigmas de programación más comunes

- Imperativo o por procedimientos
- Funcional
- Lógico
- Declarativo
- Orientado a objetos
- Programación dinámica
- Programación multiparadigma

La programación multiparadigma se da cuando se mezclan más de uno de los paradigmas anteriores.

Actualmente en la mayoría de las Universidades se utiliza de forma pura un solo paradigma al momento de programar, ya que se usa el lenguaje de programación como la forma de explicar el paradigma, cuando se debería de tomar un paradigma y usar un lenguaje para ejemplizarlo.

Scala

Scala es un lenguaje de programación multi-paradigma diseñado para expresar patrones comunes de programación en forma concisa, elegante y con tipos seguros. Integra sutilmente características de lenguajes funcionales y orientados a objetos. La implementación actual corre en la máquina virtual de Java y es compatible con las aplicaciones Java existentes.

C++

La intención de su creación fue el extender al lenguaje de programación C mecanismos que permiten la manipulación de objetos. En ese sentido, desde el punto de vista de los lenguajes orientados a objetos, el C++ es un lenguaje híbrido. Posteriormente se añadieron facilidades de programación genérica, que se sumaron a los paradigmas de programación estructurada y programación orientada a objetos. Por esto se suele decir que el C++ es un lenguaje de programación multiparadigma.

Java

Java es un lenguaje de programación de propósito general, concurrente, orientado a objetos que fue diseñado específicamente para tener tan pocas dependencias de implementación como fuera posible. Su intención es permitir que los desarrolladores de aplicaciones escriban el programa una vez y lo ejecuten en cualquier dispositivo (conocido en inglés como *WORA*, o "*write once, run anywhere*"), lo que quiere decir que el código que es ejecutado en una plataforma no tiene que ser recompilado para correr en otra.

ACM acrónimo de **Association for Computing Machinery** (Asociación de los Sistemas Informáticos). Es la primera sociedad científica y educativa acerca de la Computación. Publica varias revistas y periódicos científicos relacionados con la computación; patrocina conferencias en varias áreas del campo y otros eventos relacionados con las ciencias de la computación.

III. Metodología

Lenguajes de programación elegidos

Lo primero que se desea establecer es que Scala es una opción válida para la enseñanza del paradigma de orientación a objetos, y que esta al mismo nivel de los lenguajes más utilizados para ejemplarizar dicho paradigma de programación.

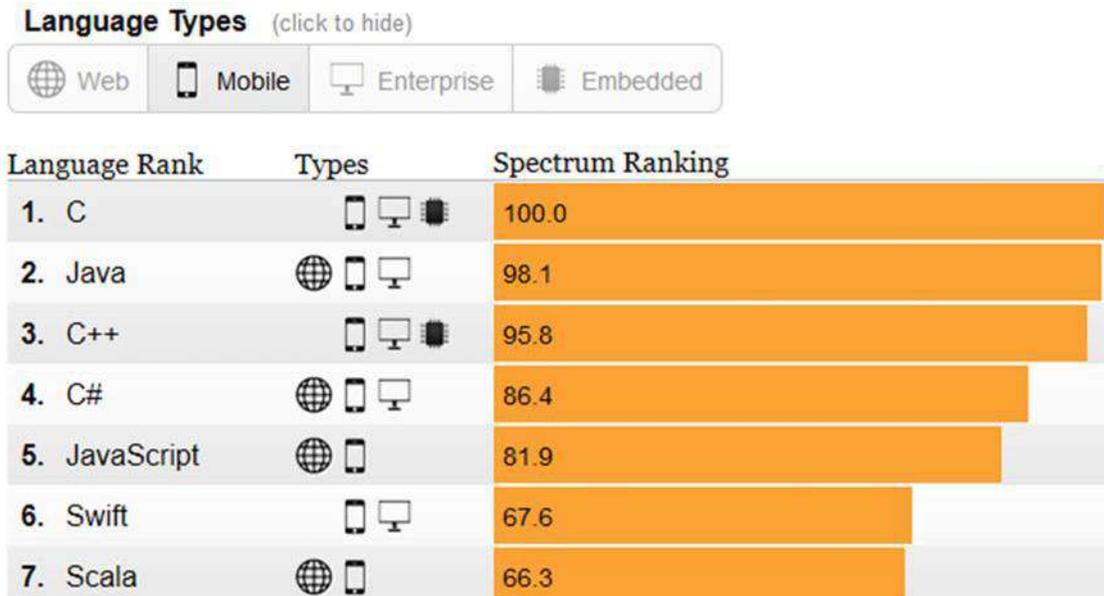
Los lenguajes escogidos fueron C++ y Java, tomando para esto las Directrices Curriculares para Titulaciones de grado en Ciencias de la Computación dadas por la ACM, en donde se muestran diversos cursos para ver la ejemplarización de estas directrices, y además de revisar las universidades más prestigiosas como el Mit, Cambridge, Standford, Oxford.

De este pequeño estudio se pudo determinar que C++ y Java son los lenguajes más usados en la orientación de objetos, así como para la enseñanza de muchas otras materias, como son construcciones de librerías a bases de datos, juegos, programación en paralelo, estructura de datos y una presencia bien fuerte en la construcción de algoritmos.

En cuanto a la presencia de C++ y Java en el contexto global de los lenguajes de programación, se tomó como referencia el ranking de la empresa Tiobe, que se especializa en evaluación de calidad de programas software:

Aug 2016	Aug 2015	Change	Programming Language	Ratings
1	1		Java	19.010%
2	2		C	11.303%
3	3		C++	5.800%

También se tomó el ranking proporcionado por la empresa IEEE spectrum:



Comparación de Lenguajes

Una vez definido los lenguajes a comparar, se debió determinar la metodología a usar. Debido a que Scala es una evolución de Java, y a su vez, Java es una evolución de C++, los puntos a evaluar no deben ser referentes a la rapidez de ejecución, u otras métricas que no me aporten al tema del presente artículo, el cual es determinar que Scala puede ser usado como una opción para la enseñanza de orientación a objetos, y que cumple con las mismas características dadas por ese paradigma con respecto a C++ y Java.

Para comparar los 3 lenguajes, se van a usar 9 criterios más utilizados, los cuales fueron tomados de, Jr. "Lenguajes de Programación". 2da ed. McGraw-Hill México. 1992:

- I. Expresividad: Facilidad del lenguaje para expresar los algoritmos
- II. Bien Definido: Consistencia y falta de ambigüedad
- III. Tipos y estructuras de datos
- IV. Modularidad: permitir el desarrollo de componentes independientemente
- V. Facilidades de entrada-salida: Soporte para interacción con el entorno
- VI. Transportabilidad/Portabilidad
- VII. Eficiencia/Performance
- VIII. Pedagogía: Facilidad de aprendizaje y enseñanza
- IX. Generalidad: Aplicabilidad, Uso

Expresividad

C++ introdujo la sobrecarga de operadores, lo cual lo convierte en un lenguaje altamente expresivo, pero el punto negativo, es que tuvo que mantener la compatibilidad con C, lo cual arrastro errores.

Java y Scala comparten la misma expresividad al declarar el funcionamiento de los algoritmos, y han dejado atrás una práctica no optima como era el uso de los punteros,

lo cual no era adecuado para los nuevos ambientes donde se ejecutarían las aplicaciones.

El siguiente ejemplo remueve elementos duplicados de un arreglo de números

C++

```
#include <set>
#include <iostream>
using namespace std;

int main()
{
    typedef set<int> TySet;
    int data[] = {1, 2, 3, 2, 3, 4};

    TySet unique_set(data, data + 6);

    cout << "Set items:" << endl;
    for (TySet::iterator iter = unique_set.begin(); iter != unique_set.end(); iter++)
        cout << *iter << " ";
    cout << endl;
}
```

Java

```
import java.util.*;

public class Prueba
{
    public static void main(String[] args)
    {
        Object[] data = {1, 1, 2, 2, 3, 3, 3, "a", "a", "b", "b", "c", "d"};
        Arrays.stream(data).distinct().forEach((o) -> System.out.printf("%s ", o));
    }
}
```

Scala

```
object HolaMundo
{
    def main(args: Array[String])
    {
        val arr = Array(1,2,3,4,2,3,4,99)
        val arr2 = arr.distinct
    }
}
```

```

    for ( x <- arr2 )
    {
        println( x )
    }
}

```

Bien Definido

El lenguaje C++ arrastro muchos problemas de ambigüedad, como era que no había una definición clara para el tamaño de palabra de los tipos de datos.

Java fue creado desde el inicio para corregir estos problemas, y Scala, comparte su misma visión de crear un código adecuado y limpio, ya que corren estos dos lenguajes sobre máquinas virtuales.

Numero de bits							
Version	Char	Short	Int	Float	Double	Long Double	Int n
GCC	8	16	32	32	64		
Borland	8	16	32	32	64	80	
Microsoft	8	16	32	32	64	96	Depende de n
Mingw	8	16	32	32	64	128	

Tipos y estructuras de datos

C++, Java y Scala proporcionan facilidades que permiten la creación de estructuras de datos muy poderosas, además Java y Scala manejan de manera óptima los conceptos de colecciones, los cuales están fuertemente integrados en el lenguaje.

A continuación, se muestra ejemplo del uso de colecciones:

C++

```

#include <iostream>
#include <vector>

using namespace std;

int main()
{
    std::vector<int> v;
    v.push_back(5);
    v.insert(v.begin(), 7);

    for(int i = 0; i < v.size(); i++)
        cout << i << ": " << v[i] << endl;
}

```

Java

```
import java.util.*;

public class Prueba
{
    public static void main(String[] args)
    {
        List arrayList = new ArrayList();
        int sum;

        for(int i = 0; i < 10; i++)
        {
            arrayList.add(i);
        }

        for(int i = 0; i < 10; i++)
        {
            System.out.print(arrayList.get(i));
        }
    }
}
```

Scala

```
object default_scala
{
    def main(args: Array[String])
    {
        var a = 0;
        val numList = List(1,2,3,4,5,6);

        for( a <- numList )
        {
            println( "Valor de a: " + a );
        }
    }
}
```

Nota: Las clases para manejo de colecciones presentan más bondades en Scala, donde una opción que vale destacar es usar dichas clases en Java, ya que Scala implementa esta funcionalidad con procesamiento en paralelo y sin bloqueos.

Modularidad

Los tres lenguajes analizados permiten desarrollar funciones, clases, y paquetes de modo independiente, cada cual con sus convenciones particulares.

La ventaja que presentan tanto Scala, es que Scala, al extender las librerías de Java, puede integrar fácilmente librerías de Java sin tener que recodificarlas.

A continuación, se muestra un código hecho en Scala que usa librerías de Java:

```
import java.util.{Date, Locale}
import java.text.DateFormat
import java.text.DateFormat._

object Fecha
{
  def main(args: Array[String])
  {
    val ahora = new Date
    val df = getDateInstance(LONG, Locale.ENGLISH)
    println(df format ahora)
  }
}
```

Facilidades de entrada-salida

En cuanto al manejo de archivos, C++, Java y Scala proporcionan interfaces que otorgan acceso a archivos adecuado, con la mejora en cuanto a Java y Scala en lo que se refiere a excepciones.

C++ y Java proporcionan una interfaz alternativa a la misma funcionalidad a través de jerarquías de clases de I/O con diferente nivel de refinamiento, lo que los hace más extensibles aunque no necesariamente más convenientes. La tendencia en general apunta a no extender el lenguaje en este camino y por el contrario, crear nuevas librerías auxiliares para casos concretos.

En referencia a el acceso a sistemas de base de datos, en C++, la mayoría de las bases de datos proporcionan su propia interface ya desarrollada en C++, que permiten la conexión con la base de datos, el único inconveniente, es que al ser usadas de esta manera, no son portables.

En Java, se estandarizó una interfaz orientada a objetos para acceder de un modo portable a cualquier base de datos, la cual es Java Database Connectivity (JDBC). Scala permite el acceso a las bases de datos mediante el API JDBC, con lo cual estos dos lenguajes no presentan una ventaja el uno sobre el otro en cuanto a rendimiento de acceso y forma de conexión a la base de datos.

C++

```
#include <iostream>
#include <fstream>
#include <string>

using namespace std;

int main()
{
    string line;
    ifstream input ( "input.txt" );
    ofstream output ("output.txt");

    if (output.is_open())
    {
        if (input.is_open())
        {
            while (getline (input,line))
            {
                output << line << endl;
            }
            input.close();
        }
        else
        {
            cout << "input.txt no se puede abrir!\n";
        }
        output.close();
    }
    else
    {
        cout << "output.txt no se puede escribir!\n";
    }
    return 0;
}
```

Java

```
import java.io.*;

public class FileIODemo
{
    public static void main(String[] args)
```

```

{
  try
  {
    FileInputStream in = new FileInputStream("input.txt");
    FileOutputStream out = new FileOutputStream("ouput.txt");
    int c;

    while ((c = in.read()) != -1)
    {
      out.write(c);
    }
  }
  catch (FileNotFoundException e)
  {
    e.printStackTrace();
  }
  catch (IOException e)
  {
    e.printStackTrace();
  }
}
}

```

Scala

```

import java.io.{ FileNotFoundException, PrintWriter }

object FileIO extends App
{
  try
  {
    val MyFileTxtTarget = new PrintWriter("output.txt")
    scala.io.Source.fromFile("input.txt").getLines().foreach(MyFileTxtTarget.println)
    MyFileTxtTarget.close()
  }
  catch
  {
    case e: FileNotFoundException => println(e.getLocalizedMessage())
    case e: Throwable =>
    {
      println("Some other exception type:")
      e.printStackTrace()
    }
  }
}
}

```

Transportabilidad/Portabilidad

En C++ la portabilidad se convierte en un problema, debido a que las diversas versiones de C++ que existen, tanto las libres como las comerciales, presentan fuertes optimizaciones en distintas arquitecturas, como por ejemplo el tamaño de palabra para los tipos de datos primitivos. Además un punto a considerar, es que los sistemas operativos no han seguido un proceso de estandarización tan riguroso como el lenguaje, como por ejemplo para diversas variantes de Linux existen diversas versiones de librerías principales.

Java y Scala al usar Jvm, presentan características que no dependen del implementador, y la librería que usan está muy fuertemente estandarizada.

Eficiencia/Performance

C++ debe ser traducido a lenguaje máquina para que los programas sean ejecutados, es decir el proceso de compilación. En C++ se compila de acuerdo al procesador que se va a utilizar, lo cual tiene un gran rendimiento por ser el código lo más ajustado posible al hardware donde corre el programa.

Java y Scala, fueron creados con la visión de poder ser ejecutados en cualquier dispositivo, por lo cual no se compilan directamente en el lenguaje máquina del CPU, sino en byte code, el cual mediante la Jvm es interpretado. Obviamente entre esta interpretación de byte code sea más complicada, dependiendo de la arquitectura donde debe funcionar, es más lento en comparación a C++ donde no es necesario este paso, pero también se debe tomar en cuenta que el aumento de poder de cómputo de los procesadores y tamaño de memoria, logra que esta ventaja no sea tal.

Tomando como base el artículo “Loop Recognition in C++/Java/Go/Scala” de Robert Hundt, realizado para Google, se muestran a continuación los resultados en cuanto a rendimientos de los 3 lenguajes.

Básicamente las pruebas tuvieron métricas sobre los tiempos en la instanciación de objetos en memoria, tiempo de compilación de objetos, tamaño de los archivos binarios, etc.

Benchmark	wc -l	Factor
C++ Dbg/Opt	850	1.3x
Java	1068	1.6x
Java Pro	1240	1.9x
Scala	658	1.0x
Scala Pro	297	0.5x
Go	902	1.4x
Go Pro	786	1.2x

Cantidad de líneas de código, tomando como patrón Scala

Benchmark	Compile Time	Factor
C++ Dbg	3.9	6.5x
C++ Opt	3.0	5.0x
Java	3.1	5.2x
Java Pro	3.0	5.0x
Scala scalac	13.9	23.1x
Scala fsc	3.8	6.3x
Scala Pro scalac	11.3	18.8x
Scala Pro fsc	3.5	5.8x
Go	1.2	2.0x
Go Pro	0.6	1.0x

Tiempo de compilación en segundos, tomando como patrón Go Pro

Benchmark	Binary or Jar [Byte]	Factor
C++ Dbg	592892	45x
C++ Opt	41507	3.1x
Java	13215	1.0x
Java Pro	21047	1.6x
Scala	48183	3.6x
Scala Pro	36863	2.8x
Go	1249101	94x
Go Pro	1212100	92x

Tamaño en Bytes de los archivos binarios o jar, tomando como patrón Java

Benchmark	Time [sec]	Factor
C++ Opt	23	1.0x
C++ Dbg	197	8.6x
Java 64-bit	134	5.8x
Java 32-bit	290	12.6x
Java 32-bit GC*	106	4.6x
Java 32-bit SPEC GC	89	3.7x
Scala	82	3.6x
Scala low-level*	67	2.9x
Scala low-level GC*	58	2.5x
Go 6g	161	7.0x
Go Pro*	126	5.5x

Tiempo de duración del programa, tomando como patrón C++ Opt

Las conclusiones que se obtuvieron con dichas pruebas, muestran como claro ganador en velocidad a C++.

En cuanto a líneas de código y la poca complejidad para programar el ganador es Scala, gracias a las poderosas características que posee dicho lenguaje.

Pedagogía

C++ no fue creado para ser sencillo de aprender, sino para ser eficiente. Por eso en características que tienen que ver con el manejo de hardware y base de datos, la curva de aprendizaje es más alta que comparada con cualquier otro lenguaje. Java fue creado como una mejora de C++, en donde la estructura del lenguaje permite que no existan temas que necesiten mayor esfuerzo para aprender comparado con cualquier otro tema.

Scala, al hacer uso del mismo API de Java, pero además tener sus propias clases y librerías, ya tiene una estructura de lenguaje muy estandarizada, lo cual permite que su curva de aprendizaje sea más acelerada. En cuanto a la ejemplarización de la orientación de objetos que hace Scala, este aporta más características de este paradigma que Java, con lo cual para propósitos de aprendizaje de POO, es el más adecuado en la actualidad.

Generalidad

Los 3 lenguajes son de propósito general, con lo cual serían adecuados para resolver cualquier clase de problema, pero C++ tiene una aplicación más fuerte en lo que se refiere a la creación de componentes de bajo nivel.

IV. Scala para la enseñanza POO

Los lenguajes de programación siempre avanzan, evolucionan en cuanto a su estructura, curva de aprendizaje, portabilidad, etc. Y este documento muestra que C++ fue una excelente elección para la enseñanza de POO en las universidades, pero C++ como lenguaje ha tenido un crecimiento no estandarizado, y los conceptos de orientación a objetos no se han adaptado a los nuevos tiempos.

Java fue creado para corregir todos los errores que presentó C++, además de ser creado desde sus inicios con una visión multiparadigma, donde la orientación a objetos era una opción que se podía o no aplicar en el desarrollo, prueba de estos son por ejemplos los tipos primitivos de datos, que pueden ser tratados como tal o ser usados como objetos.

En cuanto a las mejoras como lenguaje todas se centraron sobre facilidad de uso, y una mayor parte en API para conexión a base de datos e interfaces, dejando de lado una revisión para canónica de la orientación a objetos.

Por este motivo, se puede concluir que la enseñanza de POO en los centros de estudios superiores, usando como herramienta ejemplarizadora del paradigma ha sido Java por muchos años, pero este escogimiento de software más ha respondido a las características de facilidad de uso, costo, portabilidad, etc, pero no ha sido evaluado por mucho tiempo en cuanto a la orientación POO.

Este artículo busca determinar que los 3 lenguajes antes nombrados, C++, Java, Scala, presentan un conjunto de características que como herramientas de desarrollo están muy parejas, pero que, a nivel de su uso en la enseñanza, las dos primeras ya no deber ser tomadas como primera opción.

Hablando a nivel funcional, Scala proporciona todas las ventajas de Java, al correr sobre la misma máquina virtual, basándose en ese punto, se puede decir que es un empate, pero el punto determinante para tener un claro ganador, es las posibilidades actuales y futuras que presenta el uso de Scala. Java, El lenguaje en sí ha ido quedando obsoleto con el tiempo. Muchas de las universidades de prestigio que usaban Java y C++ para la enseñanza de diversas materias, están incorporando en sus programas analíticos el uso de Scala.

Universidades que dictan Scala como materia en Centros de Educación Superior:

- Trinity University en San Antonio, lo dictan en CS1 y CS2, en donde es el lenguaje introductorio.
- Quinnapiac University en Connecticut.
- West Point.
- Harvey Mudd college.
- Pomona college.
- Aalborg University.
- Philipps-Universität Marburg
- University of Lübeck does.
- University of Florida

Cursos

Trinity University, San Antonio, Texas.

- Principles of Algorithm Design I (CSCI1320)
- Principles of Algorithm Design II (CSCI1321)
- Next-Generation Programming Languages (CSCI3394)

Shenkar College of Engineering and Design.

- Java & Scala Programming (0-3503851-1)

Holon Institute of Technology.

- Internet Programming (0-65200-61)

San José State University

- Programming Paradigms (CS 152)

Stanford University.

- Cross-Paradigm Programming with Scala (CS 94SI)

University of Massachusetts Amherst.

- Programming Languages

Iowa State University.

- Programming Languages 1

Aarhus University.

- Types in Object-Oriented Languages

Carnegie-Mellon University, Pittsburgh.

- Objects and Aspects, Language Support for Extensible and Evolvable Software

Philipps-Universität Marburg, Germany.

- Kalküle der Programmiersprachen

V. Conclusiones

Scala, presente y futuro en la educación

Scala entre los 3 lenguajes nombrados, la mejor opción, porque funciona o aplica para varios escenarios.

- En primer lugar, para los programadores de Java que quieren un Java pero mejor. En este caso tiene lo mejor de los dos mundos, ya que en Scala se puede reutilizar todas las librerías y todo el Know how aprendido de Java. En este caso se afianzaran los conocimientos de orientación a objetos.
- Para las personas que desean recorrer el camino de la programación funcional, Scala es la mejor opción. Una vez dominado este lenguaje, se puede seguir con Haskell, Python o Ruby.
- Para las personas que ven como su primer acercamiento a los lenguajes de programación a Scala, el cual una vez dominado ya sea en la parte POO o Funcional, da apertura para los demás lenguajes.

Como valor agregado, Scala está creciendo como lenguaje para uso en Big Data, y se están incorporando nuevas funcionalidades para que se integre con componentes existentes como Hadoop. En términos generales, la aplicación de Scala en los centros de Educación Superior, abre un abanico de posibilidades, ya que se puede usar en cualquier nivel de la curricula. Esta elección más depende de la visión o las metas que la universidad desee lograr con su aplicación.

VI. Bibliografía

Association for Computing Machinery. (20 de Diciembre de 2013). *www.acm.org*. Obtenido de <https://www.acm.org/education/CS2013-final-report.pdf>

Diakopoulos, N., & Cass, S. (s.f.). *http://spectrum.ieee.org*. Obtenido de <http://spectrum.ieee.org/static/interactive-the-top-programming-languages-2016>

<http://www.tiobe.com>. (1 de Septiembre de 2016). *http://www.tiobe.com*. Obtenido de <http://www.tiobe.com/tiobe-index/>

Hundt, R. (n.d.). *days2011.scala-lang.org*. Retrieved from <https://days2011.scala-lang.org/sites/days2011/files/ws3-1-Hundt.pdf>

Massachusetts Institute Of Technology. (s.f.). *http://ocw.mit.edu*. Obtenido de <http://ocw.mit.edu/courses/intro-programming/>

Purdue University. (s.f.). *https://engineering.purdue.edu/*. Obtenido de <https://engineering.purdue.edu/ECE/Academics/Undergraduates/UGO/CourseInfo/courseInfo?courseid=579&show=true&type=undergrad>

University of Oxford. (s.f.). *https://www.conted.ox.ac.uk*. Obtenido de <https://www.conted.ox.ac.uk/courses/oop-using-c-and-java>

006. DESARROLLO RÁPIDO DE APLICACIONES USANDO TÉCNICAS DE INGENIERÍA INVERSA DIRIGIDA POR MODELOS.

Autor:

Msc. Alexis Cabrera Mondeja

Docente de la Facultad de Ingeniería en Sistemas y Telecomunicaciones
Universidad Ecotec.

acabrera@ecotec.edu.ec

RESUMEN

El desarrollo de aplicaciones web ha venido creciendo en los últimos años y junto a ello la necesidad de tener datos accesibles de manera rápida y desde cualquier lugar. La disponibilidad de datos para la toma de decisiones es clave en el éxito de muchas instituciones que llevan a cabo día a día actividades que conlleven a mejorar el servicio a sus clientes. Aunque las tecnologías avanzan rápidamente, aún las personas, encargadas de procesos de gestión, usan métodos manuales para manejar la información, incluyendo además herramientas como las hojas de cálculo, que aunque automatizan el trabajo, aún carecen de extensibilidad y modularidad, entre otras limitaciones. Estos métodos de trabajo consumen mucho tiempo y aumentan el riesgo de introducir errores en los datos. Por otro lado, se necesita una herramienta sólida, para hacer frente a la cantidad de entidades y dependencias, que provea aplicabilidad práctica y facilidad de uso. Los sistemas con que cuenta la universidad no siempre ofrecen los reportes y la información necesaria para los procesos de gestión, por lo que muchos docentes actualizan y gestionan la información a través de hojas de cálculo y bases de datos de oficina. En el presente artículo se presenta un enfoque de ingeniería inversa donde se extrae información de hojas de cálculo para crear pequeñas aplicaciones web que ofrezcan mayor dinamismo, reportes dinámicos y análisis de la información que ayuden a la gestión universitaria y a la toma de decisiones en este ámbito.

Palabras clave: Ingeniería inversa dirigida por modelos, transformación de datos, aplicaciones web.

1. INTRODUCCION

El desarrollo de aplicaciones web ha venido creciendo en los últimos años y junto a ello la necesidad de tener datos accesibles de manera rápida y desde cualquier lugar. La disponibilidad de datos para la toma de decisiones es clave en el éxito de muchas instituciones que llevan a cabo día a día actividades que conlleven a mejorar el servicio a sus clientes.

En un mundo donde predominan los datos y la tecnología, se abren nuevas y crecientes necesidades de tener acceso a información de manera rápida y confiable. Los sistemas informáticos evolucionan muy rápidamente y con ellos las metodologías para el diseño y desarrollo.

El proceso de análisis y modelado de software requiere de tiempo y personas para obtener los requerimientos y necesidades de los clientes. Por esta razón las metodologías ágiles juegan un papel importante en la evolución y desarrollo del software (Vilkelis, S, 2011).

Aunque las tecnologías avanzan rápidamente, aún las personas, encargadas de procesos de gestión, usan métodos manuales para manejar la información, incluyendo además herramientas como las hojas de cálculo y otras herramientas de oficina, que aunque automatizan el trabajo, aún carecen de extensibilidad y modularidad, entre otras limitaciones. Estos métodos de trabajo consumen mucho tiempo y aumentan el riesgo de introducir errores en los datos. El cambio a sistemas actualizados reduce la carga de trabajo de los encargados de la gestión: como pueden ser el análisis de datos, comunicación con los clientes, reportes dinámicos, y creación de nuevos módulos, entre otros (Vilkelis, S, 2011).

Debido al hábito de usar tablas en la vista de datos, existe una necesidad de herramientas diseñadas para convertir estas tablas a procesos que puedan brindar información más dinámica para el análisis de datos. Es por ello que la ingeniería inversa dirigida por modelos (*MDRE, Model Driven Reverse Engineering*) juega un rol importante al tratar de obtener la información del sistema anterior y convertirla en una más moderna, accesible y útil para los encargados de la gestión.

La migración y actualización de software busca convertir un sistema anterior en una nueva tecnología sin alterar sus funcionalidades, o agregando algunas nuevas, para mejorar los procesos de gestión.

La creciente complejidad del software es acompañada frecuentemente por dificultades en la implementación de cambios y por problemas en la arquitectura del mismo. Es por ello que el proceso de migración puede tornarse complejo, y las modernas técnicas de ingeniería inversa buscan contribuir con la facilitación del proceso de migración (Bode, S, et. al., 2011).

Se hace necesario proveer las herramientas necesarias para la evolución del software a través de modelos con diferentes niveles de abstracción que expresen las dependencias entre ellos. Por otro lado, se necesita una herramienta sólida, para hacer frente a la cantidad de entidades y dependencias, que provea aplicabilidad práctica y facilidad de uso (Bode, S, et. al., 2011).

El software necesita constante cambio y actualización para que pueda seguir siendo útil. La complejidad del software hace que sea difícil mantener estos niveles de actualización, por lo que la ingeniería dirigida por modelos (*MDE, Model Driven Engineering*) puede ayudar mucho en este sentido. MDE hace posible simplificar esta complejidad separando conceptos en abstracciones de dominio de alto nivel. El sistema descrito mediante estas abstracciones permite obtener implementaciones a partir de éstas, o ejecutar las abstracciones directamente (Van Dijk, 2009).

En el entorno universitario muchas veces se necesita el desarrollo de pequeñas aplicaciones web, que son pequeños proyectos que se necesitan en diferentes departamentos y facultades para ayudar a la gestión docente. Generalmente estas aplicaciones permiten al personal docente y administrativo interactuar y actualizar datos en bases de datos. Estos proyectos tienen un corto tiempo de vida y un alto nivel de cambio. El desarrollo de estas aplicaciones, basadas en MDE, debe proveer un alto nivel de cambiabilidad para brindar productividad en el equipo de gestión.

Los sistemas con que cuenta la universidad no siempre ofrecen los reportes y la información necesaria para los procesos de gestión, por lo que muchos docentes actualizan y gestionan la información a través de hojas de cálculo y bases de datos de oficina.

En el presente artículo se presenta un enfoque de ingeniería inversa donde se extrae información de hojas de cálculo para crear pequeñas aplicaciones web que ofrezcan mayor dinamismo, reportes dinámicos y análisis de la información que ayuden a la gestión universitaria y a la toma de decisiones en este ámbito.

2. ENFOQUE Y MODELO DE DATOS

Nuestro enfoque va dirigido a:

- 1) Extraer modelos a nivel de arquitectura del sistema anterior y reutilizarlo en el nuevo sistema.
- 2) Definir transformaciones a modelos del sistema deseado
- 3) Generar artefactos implementados y realizar pruebas al nuevo sistema.

Para nuestro estudio se han tomado como fuente las hojas de cálculo que utilizan los docentes para llevar a cabo los procesos de consejería académica. Para ello hemos definido los modelos necesarios para obtener la información que se necesita para crear la nueva aplicación web.

La Figura 1 muestra el modelo general para la transformación de hojas de cálculo en un sistema de base de datos relacional.

Básicamente para el proceso de consejería académica se necesitan varias tablas: base de datos de alumnos de la facultad, pensum académico de cada carrera y énfasis, así como el cuadro promedio de cada alumno.

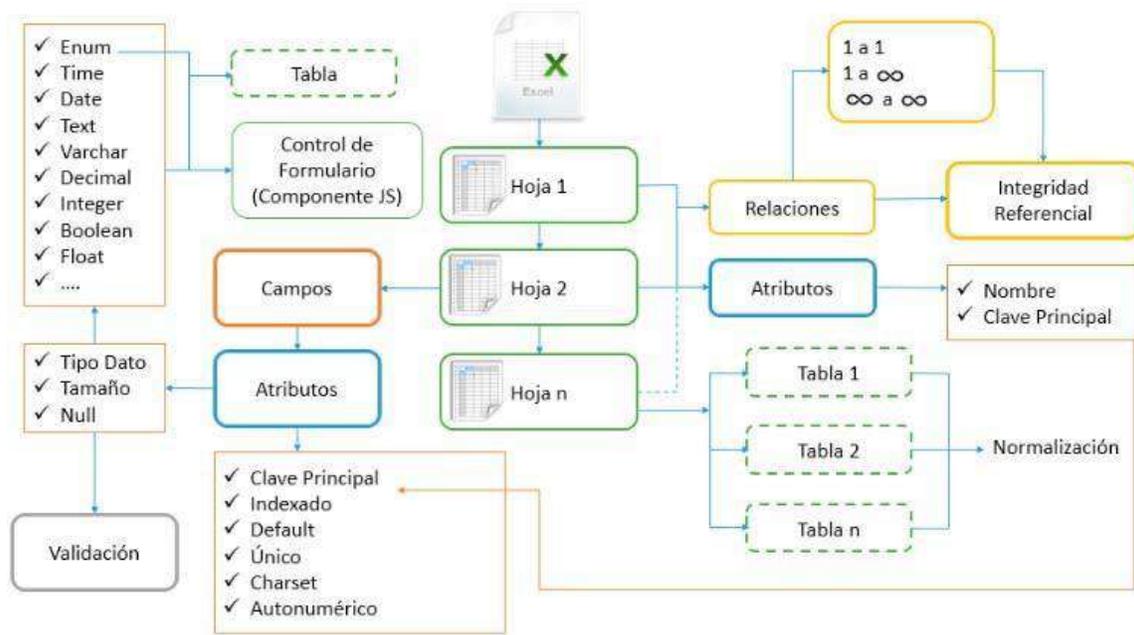


Figura 1. Modelo de transformación de hoja de cálculo a base de datos relacional.

A partir del modelo general y teniendo en cuenta las hojas de cálculo utilizadas en las consejerías se deduce el siguiente modelo. (Figura 2).

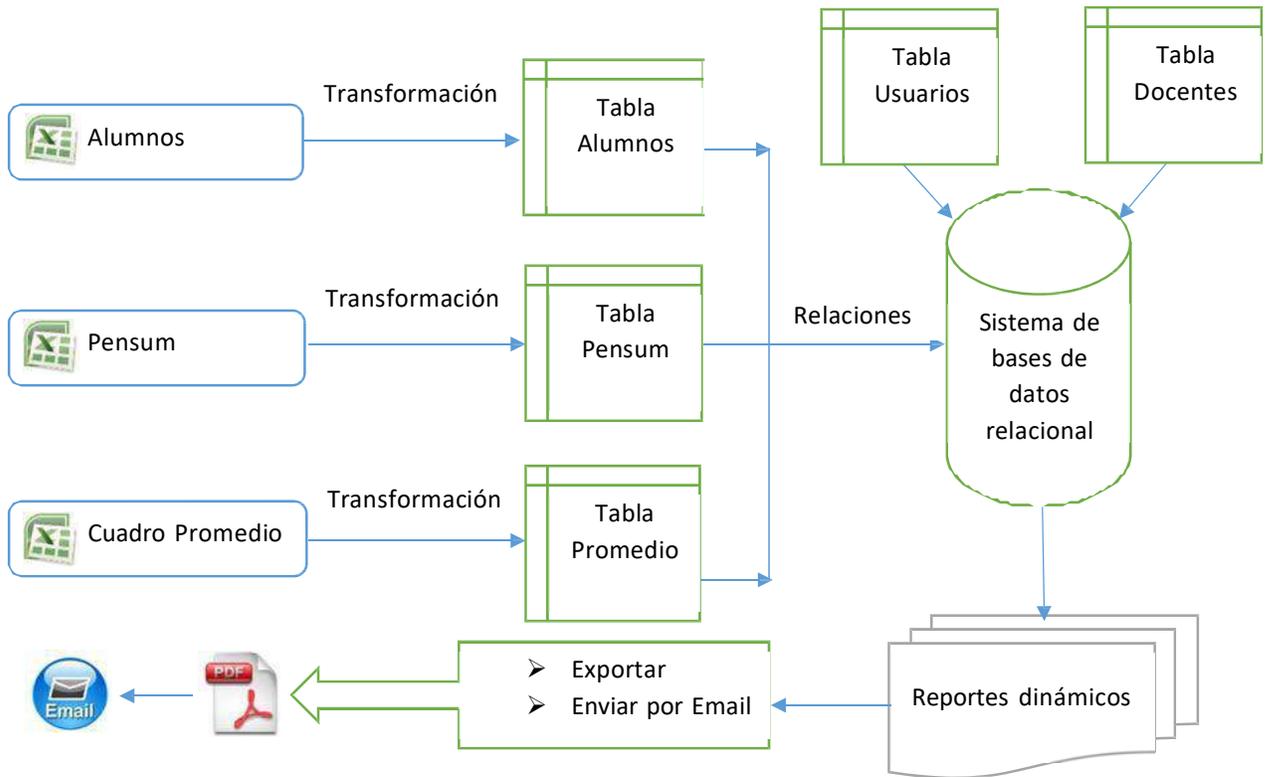


Figura 2: Modelo de transformación de hojas de cálculo en una base de datos relacional.

El modelo propuesto en la figura 2 permite convertir de forma rápida las tablas de Excel en tablas de una base de datos MySQL, una vez convertidas, la información es automáticamente exportada a las nuevas tablas de la base de datos. Como podemos ver se pueden crear diversos reportes a partir de la información en base de datos, y a su vez nos brinda la posibilidad de exportar estas tablas y enviarlas por correo electrónico a los alumnos, creando mayor nivel de interactividad y rapidez a los procesos de gestión.

El modelo para el procesamiento de hojas de cálculo consiste en identificar las entidades y sus atributos como nombre, llave principal, las relaciones entre entidades e identificar si es necesario aplicar normalización.

3. PROCESO DE TRANSFORMACIÓN

Muchas herramientas como Talend (Talend Platform, 2016) y Oracle Data Integrator (Oracle Data Integrator, 2016) ayudan a los analistas en la tarea de integración permitiéndoles definir correspondencia gráfica entre los atributos de origen y destino. Para lograr comprender bien los procesos de transformación, se requiere que los usuarios tengan buen conocimiento de las fuentes de datos para comprender los lenguajes de mapeos (Roth, M., et. al., 2006).

Se han realizado muchos estudios encaminados a automatizar varios aspectos de la extracción de datos a partir de hojas de cálculo (Chen, Z., et. al., 2013) (Chen, Z., et. al., 2014), muchos autores se han enfocado en la conversión de hojas de cálculo en bases de datos. Nuestro enfoque intenta aprovechar estas herramientas para agilizar el proceso de modelado y obtención de los datos desde aplicaciones anteriores.

Las hojas de cálculo usadas por los docentes en el proceso de consejería son transformadas a tablas de base de datos. Para el proceso de transformación se utilizó una herramienta de código abierto (DEAME3P, 2016) (Figura 3 y 4) que permite analizar cada campo (columna) de las tablas en Excel para su correspondiente transformación en campo de la tabla en base de datos. Se identificaron los campos llave primaria en cada tabla y sus relaciones con las demás tablas.

A partir del análisis realizado se crearon dos tablas extras, la tabla “docentes” y la tabla “usuarios”. Estas tablas son necesarias para vincular a los docentes con sus alumnos aconsejados y para crear el módulo de acceso y seguridad del sistema.

The screenshot shows a software interface for data transformation. It features several input fields and buttons:

- Excel 2007:** A button labeled "Examinar..." is highlighted with a blue border. To its right is a text field containing "No se ha seleccionado ning" and a button labeled "Seleccionar Archivos ...".
- Patron de Export.:** A text field containing "Patron de Exportacion 1-100,120,130-*".
- Modo:** A dropdown menu showing "INSERT" and a button labeled "Seleccionar Clase ...".
- Especiales:** A dropdown menu showing "Sin Codificacion", a text field with "10 minutos", and a dropdown menu showing "Memoria 1024M".
- Modos de Visualizacion:** A group of radio buttons with labels "Correctos", "Incorrectos", "Todos", and "TextArea". The "Incorrectos" option is selected.
- Borrar Archivo al Terminar:** A checkbox that is currently unchecked.
- Vincular:** A blue button with white text.

Figura 3: Herramienta para la importación de hojas de cálculo.

Una de las principales ventajas de este esquema es la exportación de los datos junto a la conversión de las tablas. De forma rápida se obtiene la información deseada y lista para crear las vistas de la aplicación web así como las tablas y reportes para uso en el análisis y toma de decisiones.

The screenshot shows a web-based configuration interface for data import. At the top, there are several input fields: 'Archivo:' (empty), 'Hoja Excel:' (milton), 'Base:' (consejero), 'Tabla:' (cuadro_promedio), 'Patron sugerido:' (empty), and 'Patron a exportar:' ([[1,1048576]]). Below these is a section titled 'Opciones Especiales' with two unchecked checkboxes: 'Exportar todas las hojas con la misma configuracion.' and 'Calcular Formulas antes de Exportar.'. There are three tabs: 'Campos MySQL', 'Titulos Columnas Excel', and 'Ingresar desde Excel'. The 'Campos MySQL' tab is active, showing a list of fields with corresponding dropdown menus for 'Titulos Columnas Excel' and 'Ingresar desde Excel'. The fields are: idcuadropromedio (Elige / No Importar), anno (anno), periodo (periodo), codigo (codigo), asignatura (asignatura), documento (documento), nomenclatura (nomenclatura), nota (nota), creditos (creditos), and idalumno (idalumno). The 'Ingresar desde Excel' column has options: Llenado Automatico, Sin Opciones, and Seleccionar. An 'Exportar' button is at the bottom right.

idcuadropromedio:	Elige / No Importar	Llenado Automatico
anno:	anno	Sin Opciones
periodo:	periodo	Sin Opciones
codigo:	codigo	Sin Opciones
asignatura:	asignatura	Sin Opciones
documento:	documento	Sin Opciones
nomenclatura:	nomenclatura	Sin Opciones
nota:	nota	Sin Opciones
creditos:	creditos	Sin Opciones
idalumno:	idalumno	Seleccionar

Figura 4: Vista de conversión de Excel a MySQL. Asociación de cada columna con su correspondiente campo en la base de datos, así como el modo de ingreso de los datos.

En la figura 4 podemos observar cómo son analizados los campos llave primaria y llave extranjera. El campo "idcuadropromedio" es automáticamente reconocido como llave principal y autonumérico, por lo que la herramienta no importa los datos desde Excel, sino que le deja la tarea al gestor de base de datos para que cree la secuencia autonumérica. El campo "idalumno" por su parte es llave extranjera y brinda la opción de seleccionar el campo vinculado en la tabla externa.

Muchos datos se almacenan en hojas de cálculo y los datos se pueden organizar en columnas para facilitar el proceso de conversión. En la Figura 5 podemos ver la tabla cuadro promedio que se usa como fuente para obtener las materias vencidas por el alumno y compararlo con el pensum para generar el reporte de consejería.

B3 : CURSO DE NIVELACION 1

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	anno	periodo	codigo	asignatura	documento	nomenclatura	nota	creditos	idalumno
2	2013	TALLER INDUCCION UNIVERSITARIA 1	TCP101	TALLER DE INDUCCION UNIVERSITARIA		A	0,00	1,00	
3	2013	CURSO DE NIVELACION 1	ADM100	EMPRENDIMIENTO (PRE)		A	0,00	0,00	
4	2013	CURSO DE NIVELACION 1	CMU091	LENGUAJE Y COMUNICACION		A	0,00	0,00	
5	2013	CURSO DE NIVELACION 1	CSC098	METODOLOGIA DE INVESTIGACION (PRE)		A	0,00	0,00	

Estructura de tabla Vista de relaciones

#	Nombre	Tipo	Cotejamiento	Atributos	Nulo	Predeterminado	Extra	Acción
<input type="checkbox"/>	1 idcuadropromedio	int(11)			No	Ninguna	AUTO_INCREMENT	Cambiar Eliminar Primaria Único Más
<input type="checkbox"/>	2 anno	char(5)	utf8_general_ci		No	Ninguna		Cambiar Eliminar Primaria Único Más
<input type="checkbox"/>	3 periodo	varchar(20)	utf8_general_ci		No	Ninguna		Cambiar Eliminar Primaria Único Más
<input type="checkbox"/>	4 codigo	varchar(10)	utf8_general_ci		No	Ninguna		Cambiar Eliminar Primaria Único Más
<input type="checkbox"/>	5 asignatura	varchar(50)	utf8_general_ci		No	Ninguna		Cambiar Eliminar Primaria Único Más
<input type="checkbox"/>	6 documento	varchar(200)	utf8_general_ci		No	Ninguna		Cambiar Eliminar Primaria Único Más
<input type="checkbox"/>	7 nomenclatura	varchar(3)	utf8_general_ci		No	Ninguna		Cambiar Eliminar Primaria Único Más
<input type="checkbox"/>	8 nota	tinyint(4)			No	Ninguna		Cambiar Eliminar Primaria Único Más
<input type="checkbox"/>	9 creditos	tinyint(4)			No	Ninguna		Cambiar Eliminar Primaria Único Más
<input type="checkbox"/>	10 idalumno	int(11)			No	Ninguna		Cambiar Eliminar Primaria Único Más

Marcar todos: Para los elementos que están marcados: Examinar Cambiar Eliminar Primaria Único Índice

FIGURA 5: Tabla cuadro promedio en MS Excel y convertida a MySQL.

Durante el proceso de transformación, el cual se realiza de forma iterativa, el usuario puede corregir errores en la hoja de cálculo y realizar el proceso de conversión varias veces hasta lograr el resultado deseado. Antes del proceso de transformación el usuario debe chequear todos los campos de la tabla para minimizar los errores que se puedan producir en el proceso. Luego de realizar todas las correcciones y el proceso está listo para generar las tablas, los datos son exportados a la base de datos.

Una vez que se crean las tablas y sus relaciones, está lista la base de datos para comenzar el proceso de desarrollo de la aplicación web. Se crean las clases alumno, pensum, cuadro_promedio, docentes y usuarios; con sus respectivos métodos. Luego se crean las funciones en los controladores para los procesos de gestión. Para el desarrollo de la aplicación se utiliza una plantilla del *framework bootstrap* que permite obtener un diseño rápido y elegante de la interfaz de la aplicación.

4. RESULTADOS Y EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

Nuestro enfoque parte de la tabla “alumnos” que cuenta con los datos de todos los estudiantes de la facultad. Se identificaron los campos de la tabla y se realizó el proceso de importación desde Excel. La herramienta utilizada asocia la columna en Excel que corresponde con el campo llave primaria. En nuestro caso hemos usado campos autonuméricos, los cuales son reconocidos por la herramienta y generados de forma automática durante el proceso de transformación.

A partir de la tabla “alumnos” se obtuvieron las tablas “énfasis” y “pensum” aplicando técnicas de normalización.

La tabla énfasis se relaciona con la tabla “alumnos” y con la tabla “pensum”.

La tabla “pensum” corresponde a las mallas de las carreras que se estudian en la facultad, estas tablas también se importaron desde Excel y son usadas en la aplicación web para generar la consejería. En este caso se relaciona con la tabla “alumno” a través del campo “idpensum”, para obtener el pensum correspondiente de cada alumno.

En el caso de la tabla “pensum” se aplicó el proceso de normalización y se obtuvieron las tablas “pensum” y “materias”. De esta manera se segmenta mejor la información.

La tabla “cuadro_promedio” se obtuvo del sistema académico de la Universidad mediante la opción exportar a Excel de dicho sistema. Esta tabla cuenta con un campo “nomenclatura” que se convirtió en llave extranjera y se creó una tabla para ingresar los diferentes nomencladores.

Adicionalmente se crearon las tablas “docentes” y “usuarios” para crear el módulo de acceso.

Una vez que se realizó todo el proceso de transformación e importación se procedió al desarrollo de una aplicación web. Se probó el modelo propuesto demostrando un alto nivel de eficacia. Se diseñaron varios reportes dinámicos que permiten obtener información variada y útil, incluso no solo en consejerías académicas, sino también para otros procesos de gestión académica de la Universidad.

5. CONCLUSIONES

El proceso de análisis y transformación permitió obtener una base de datos relacional de forma rápida y sencilla, a través una novedosa tecnología para extraer, integrar y transformar datos desde hojas de cálculo. Se diseñó un modelo de análisis de los datos contenidos en las hojas de cálculo para su conversión a bases de datos. El modelo puede ser utilizado en otros procesos de gestión para agilizar los procesos de desarrollo de aplicaciones web.

Finalmente se implementó el modelo y se creó la aplicación web constituyendo una importante herramienta para la gestión académica de la facultad.

6. REFERENCIAS

- Bode, S., Lehnert, S., & Riebisch, M. (2011). Comprehensive model integration for dependency identification with EMFTrace. In *Joint Proc. of the First Int. Workshop on Model-Driven Software Migration (MDSM 2011) and the Fifth Int. Workshop on Software Quality and Maintainability (SQM 2011)* (pp. 17-20).
- Castro, M., (2016). Herramienta Deame3p. Obtenido de http://objetivophp.com/?page_id=146
- Chen, Z., & Cafarella, M. (2013). Automatic web spreadsheet data extraction. In *Proceedings of the 3rd International Workshop on Semantic Search over the Web* (p. 1). ACM.
- Chen, Z., & Cafarella, M. (2014). Integrating spreadsheet data via accurate and low-effort extraction. In *Proceedings of the 20th ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery and data mining* (pp. 1126-1135). ACM.
- Oracle Data Integrator. (2016). *Oracle Data Integrator*. Obtenido de www.oracle.com/technetwork/middleware/data-integrator/overview/index.html
- Talend Platform. (2016). Talend Platform. Obtenido de <http://www.talend.com/>
- Van Dijk, D.A.V.I.D. (2009). Changeability in Model Driven Web Development (Doctoral dissertation, University of Amsterdam).
- Vilkelis, S. Modeling of business processes. Overview of models and metamodels. *Innovative Infotechnologies for Science, Business and Education Vol. 2* (11) 2011, 9.

007. ESTUDIO DE LOS ENTORNOS VIRTUALES DE LA WEB 2.0 PARA LA MOTIVACIÓN DEL AUTOAPRENDIZAJE DE ESTUDIANTES Y DOCENTES DEL ÁREA DE NIVELACIÓN DE LA UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR.

Autores:

Lic. Ligia Elena Miño, Mgtr., Catedrática de la Universidad Agraria del Ecuador.
lmino@uagraria.edu.ec

Lic. Elicia Gruz MSc., Catedrática de la Universidad Agraria del Ecuador.
ecruz@uagraria.edu.ec

Ing. Marcos Antonio Espinoza Mina, Mgs., Doctorando en Administración de Empresas Pontificia Universidad Católica Argentina Santa María de los Buenos Aires, Catedrático de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Catedrático de la Universidad Agraria del Ecuador. mespinoza@ecotec.edu.ec, mespinoza@uagraria.edu.ec
Ecuador

Resumen

Para analizar el efecto que produce el uso de los entornos virtuales de la Web 2.0 en la motivación del autoaprendizaje, en el presente estudio se identificó las herramientas más idóneas para la educación y se describieron los factores que condicionan la motivación para resolver problemas de enseñanza – aprendizaje, mediante técnicas de observación que se aplicaron en el campus de la Universidad; también se realizó una entrevista a la coordinadora del área de Nivelación y un cuestionario que permitió encuestar a 233 personas. Mediante el estudio se encontró que las herramientas de los entornos virtuales son utilizadas por la mayoría de los docentes y estudiantes, por la disponibilidad rápida de información actualizada y su ambiente entretenido y didáctico. En consecuencia, las aplicaciones más demandadas son buscadores, redes sociales, sistemas de almacenamiento en línea y en el caso de los estudiantes las wikis. Los resultados obtenidos sobre el nivel de confianza y aptitud hacia las herramientas por los docentes, dio como resultado que 38.10% estuvo de acuerdo y el 42.86% muy de acuerdo; por otro lado, el 58.97% de los estudiantes, quiere incorporarlos a sus actividades. Así mismo, el 47.62% de docentes y el 80.19% de estudiantes miden sus avances por medio de la evaluación. El estudio concluye que para que exista un desarrollo óptimo de los entornos virtuales en proyectos de innovación tecnológica debe existir disponibilidad de equipos y recursos tecnológicos en buen estado, una capacitación integral, una buena actitud para utilizarlos de manera responsable y se conviertan en escenarios educativos.

Palabras clave: entornos virtuales, Web 2.0, autoaprendizaje, capacitación integral, educación, evaluación.

1. INTRODUCCIÓN

¿Por qué no han tenido impacto los entornos virtuales de la Web 2.0? La factibilidad del desarrollado los entornos virtuales de la Web 2.0 en el área de Nivelación, se debe a la limitada adaptabilidad hacia dichas herramientas, en cuanto a la actitud por parte de algunos docentes y estudiantes y la disponibilidad de recursos y equipos tecnológicos, la carencia de programas de capacitación, que permitan la mejora de habilidades digitales, del pensamiento creativo y reflexivo, de la motivación y otros factores que produzcan resultados favorables en el proceso de enseñanza – aprendizaje.

La investigación muestra los estudios más relevantes sobre la Web 2.0 en diversos contextos y disciplinas de Universidades e instituciones educativas y patrocinadoras de proyectos de innovación tecnológica, quienes promueven un espacio de interpretación de la realidad y coinciden en el aporte de cooperación, utilidad y oportunidades que brindan los entornos virtuales a la educación y a la ciencia, para adaptarlos a los estilos de aprendizaje y de evaluación de procesos.

La presente investigación demanda un interés por conocer la influencia que tienen los entornos virtuales de la Web 2.0 en las diversas formas de interacción, de acceso a la información actualizada, en la producción de pensamiento, la investigación, la autonomía y en la innovación tecnológica y demás beneficios que demanda la educación de hoy en día. Es decir, que se ha optado por una vía más eficiente de navegar en internet y optimizar recursos y tiempo, sin necesidad de tener conocimientos avanzados de informática

Ha sido efectuado este estudio con el propósito de analizar la idoneidad de los entornos virtuales de la Web 2.0 que se utilizan en el área de Nivelación de la Universidad Agraria del Ecuador, para mejorar el proceso de autoaprendizaje de los estudiantes y docentes.

2. DESARROLLO

2.1 Materiales y métodos

El estudio se realizó mediante un proceso sistemático de métodos y técnicas, que corroboraron los factores que inciden a que los docentes y estudiantes de la institución utilicen los entornos de la Web 2.0. Por consiguiente, el análisis se obtuvo de la investigación bibliográfica, donde se consultaron fuentes de primera y segunda mano; de la observación, la entrevista y encuesta; por medio de los cuales, se plantearon las variables y la relación con sus respectivos indicadores, tales como: entornos de la Web 2.0 y el autoaprendizaje, difusión o capacitación, recursos y equipos tecnológicos, contexto y evaluación.

Diseño: el diseño del experimento fue aleatorio; ya que se escogió una muestra sobre el total de estudiantes matriculados y asistentes; además, todos los docentes, sin excepción. Su participación fue libre y voluntaria.

Población: lo conformaron 591 personas, entre docentes y estudiantes, pertenecientes a las diferentes disciplinas, de modalidad presencial. La tabla 1 y la figura 1 presentan detalles de la población del presente trabajo.

Tabla1.Población

Detalle de la población	Cantidad
Estudiantes asistentes	570
Docentes	21
Total	591

Fuente: Universidad Agraria del Ecuador

Elaborado por: La autora

La fórmula que se aplicó fue: N

= Tamaño de la población

Z = Nivel de confianza

e = Límite de error aceptable n =

Tamaño de la muestra

p = Variable positiva

q = Variable negativa

$$N = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

N = 591

Z = 1.96 e =

5% p=q = 0.5

$$n = \frac{567.5964}{2.4354} = 233.0609$$

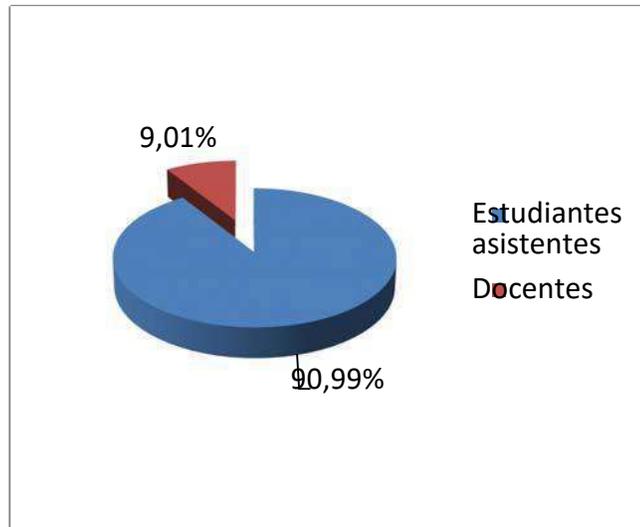


Figura 1. Tamaño de la muestra
Fuente: Universidad Agraria del Ecuador
Elaborado por: La autora

Entorno: El estudio se realizó en el área de Nivelación, del campus Guayaquil, de la Universidad Agraria del Ecuador.

Intervenciones: se realizó una encuesta, mediante un cuestionario con preguntas de opciones múltiples y cerradas. A través de la entrevista, se elaboró una guía de preguntas abiertas y cerradas. Finalmente, con la observación se realizó un sondeo y a su vez, una ficha para caracterizar el ambiente de la comunidad universitaria.

Análisis estadístico: el método que se utilizó es el de análisis – síntesis, que permitió discernir y comprobar los factores que inciden en las causas y consecuencias sobre el uso idóneo de los entornos virtuales de la Web 2.0, en el contexto educativo y las diversas estrategias didácticas para mejorar el autoaprendizaje, en el ámbito global y local.

2.2 Resultados

Los resultados mostraron que los docentes y estudiantes si tienen conocimientos y una cobertura disponible para utilizar dichas herramientas, pero no disponen de una plataforma educativa ni han recibido una capacitación integral por parte de la institución. Sin embargo, están conscientes de la relevancia de estar actualizados en las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (de aquí en adelante NTIC) y se confirmó que tienen la predisposición de incorporarlas a sus actividades académicas.

Se comprobó que con la creación de la Carrera de Ingeniería en Computación e Informática, a partir del año de 1998, la institución de educación superior ha incorporado los equipos y proveyendo de los recursos tecnológicos actualizados a

las aulas, departamentos y laboratorios de las distintas facultades, como parte de una política institucional. El acceso a gratuito de internet es un recurso tecnológico que la institución dispuso no necesariamente, con la finalidad de incorporar los entornos virtuales de la Web 2.0, sino para impulsar la investigación científica y tecnológica, labor comunitaria, la imagen institucional y las ediciones de su revista digital y oficial “El Misionero”.

Los docentes y estudiantes del área de Nivelación manejan la plataforma del Sistema Nacional de Nivelación y Admisión (SNNA) para rendir sus pruebas de aptitud, consultar notas y verificar la postulación gratuita en línea, que a su vez, es regulado por la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT). En el caso de los docentes no disponen mayoritariamente de un correo institucional ni de una plataforma virtual para comunicarse con sus estudiantes.

Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas

Se determinó que no existen estudios acerca de la posición de la Universidad frente a otras del extranjero que lideran la lista de instituciones educativas que usan los entornos virtuales de la Web 2.0, como la Universidad de Oxford, Cambridge, Harvard y Universidad Autónoma de México. Sin embargo, frente a otros centros educativos de la localidad de Coruña (España) que tienen un limitado acceso de herramientas, como blogs y aulas virtuales, la afinidad hacia el uso de dichas herramientas y la necesidad de una capacitación tecnológica si se asemeja al contexto de la institución. Por otro lado, una realidad similar a la de la Universidad, ocurrió en Nigeria, donde algunas personas no están familiarizadas con el término de la Web 2.0, pero los emplean, empíricamente; sobretodo, redes sociales y blogs.

En contraste, con los resultados presentados de un programa, para fomentar las habilidades de pensamiento crítico y la producción de textos, mediante el uso de la Web 2.0, el cual fue efectuado por la Universidad de Antioquía de Colombia, la Universidad Agraria no ha organizado programas de este tipo todavía. En relación a este estudio, en el informe del Instituto Tecnológico Virtual de Educación (INTEVED) indica que en el Ecuador existen programas de educación virtual, en distintas modalidades, pero menor al 5% de cobertura; entre las Universidades que ocupan los primeros lugares son: la Universidad Tecnológica Particular de Loja, Escuela Superior Politécnica del Ejército y la Universidad Católica de Cuenca.

Por su parte, la Universidad Agraria del Ecuador, por medio de sus Facultades, ha facilitado la cobertura y disponibilidad de red wifi, en ocasiones muy lenta, un computador y un proyector a cada aula. Por otro lado, todos docentes tienen un ordenador personal u otro equipo tecnológico, para su gestión académica; independientemente, si contratan un plan o utilizan las redes de la Universidad, para navegar en internet. De esta manera, administran sus propias cuentas en los distintos entornos virtuales y queda a su criterio si las incorporan o no a sus planificaciones de aula, como recurso didáctico.

Mediante la presente investigación bibliográfica se determinó que los entornos de la Web 2.0 son utilizados por muchos docentes y estudiantes, por la disponibilidad rápida de información actualizada que se almacena en la Web y recrean un ambiente colaborativo y de entretenimiento. Asimismo, existen algunas herramientas que ayudan a desarrollar el pensamiento crítico y otras sirven para gestionar, almacenar y compartir recursos.

Verificación de hipótesis

Los resultados de la investigación concuerdan con el planteamiento inicial de la hipótesis que fue: “el desarrollo óptimo de los entornos virtuales de la Web 2.0, aplicados al área de Nivelación permitirá que los estudiantes y los docentes mejoren el autoaprendizaje”; por lo tanto, se valida la investigación, debido a que tanto los estudiantes como los docentes consideran que para que exista un desarrollo óptimo de los entornos virtuales debe haber disponibilidad de equipos, recursos tecnológicos y un ambiente propicio, para que los entornos se conviertan en escenarios del proceso de enseñanza – aprendizaje; exista una capacitación integral y un cambio de actitud, con el fin de, seguir aprendiendo, mediante la interacción y las evaluaciones, mejorando su rendimiento académico y optimizando sus competencias digitales, impulsando la innovación científica y tecnológica.

En la investigación bibliográfica, se identificaron las herramientas más idóneas de los entornos de la Web 2.0 para aplicarlos en la educación y se establece las siguientes categorías: recursos de almacenamiento masivo, organización y gestión de la información, herramientas utilizadas para presentaciones en línea, redes sociales y entornos multimedia, aulas virtuales, buscadores y redes científicas. Gracias a la encuesta se determinó las tres aplicaciones más usadas por los docentes, en la que se identifican las siguientes: buscadores, como google académico (19.05%), redes sociales y recursos de almacenamiento (14.29%) en igual porcentaje; en su defecto, el 66.66% de docentes siempre utilizan los entornos virtuales de la Web 2.0. Esto demostró lo aseverado en la entrevista, que la mayoría de los docentes tienen confianza para incorporar los entornos a sus planificaciones (38.10% de acuerdo y 42.86% muy de acuerdo); y a su vez, consideran que facilitará el proceso de enseñanza aprendizaje (52.38% de acuerdo y 38.10% muy de acuerdo).

En cambio, los estudiantes identificaron en primer lugar los buscadores (34.91%), seguido de las redes sociales y las wikis (11.79%) en igual porcentaje. Con la elección de dichas herramientas, el número de estudiantes que utilizan los entornos virtuales de manera frecuente en el ámbito educativo es del 57.08%. Esto confirmó que existe un gran número de estudiantes que utilizan, con mayor frecuencia, los entornos de la Web 2.0 para otros fines que para el educativo. En relación a este resultado, es conveniente destacar que, existe todavía un número considerable de estudiantes (58.97%) que si se sienten preparados para usarlas; debido al uso que les dan.

En el análisis de la presente investigación, se determinaron los siguientes factores:

La disponibilidad de equipos y recursos tecnológicos en buen estado, hace factible su uso y motiva el autoaprendizaje, a través de los entornos virtuales de la Web 2.0. En la encuesta, la mayoría de los docentes, al afirmar que sí disponen de internet (90.48%), de teléfono móvil (28.57%), portátil (33.33%) y PC (14.29%) manifestaron que facilita la labor de planificar actividades y cumplir sus gestiones. Por otro lado, la mayoría de los estudiantes coincidieron que si tienen acceso al recurso de internet (84.91%), al igual que los docentes disponen de teléfono móvil (33.02%), PC (26.42%), portátil (18.87); incluso Tablet (11.32%); lo que les permite cumplir con sus tareas asignadas.

Debido a la disponibilidad de recursos y equipos tecnológicos, la mayoría de los docentes (28.57% de acuerdo y 42.86% muy de acuerdo) si motivan a sus estudiantes a buscar nuevas aplicaciones, de manera responsable para sus investigaciones. Una cifra similar a la que arroja la de los estudiantes (37.74% de acuerdo y 37.08% muy de acuerdo). Pero a su vez en la entrevista, se consideró lo importante del buen estado que deben tener los mismos y la facilidad que da la institución al equipar cada aula de un proyector, cobertura red wifi y un PC. Al mismo tiempo, se validó que no se encuentra habilitada un aula virtual en el área de Nivelación; sin embargo, en la encuesta, la mayoría de los docentes (61.90% muy de acuerdo y 19% de acuerdo) y estudiantes (36.79% de acuerdo y 25.47% muy de acuerdo) indicaron la importancia de utilizar una plataforma virtual en la Universidad para motivar el autoaprendizaje.

La relevancia de un ambiente propicio de aprendizaje para trabajar, destacó tres lugares en ambos casos, la preferencia de los docentes: biblioteca (38.10%), domicilio (33.33) y salón de clases (23.81%); y, estudiantes difieren sus prioridades: domicilio (50.47%), salón de clases (28.30%) y biblioteca (21.23%). Los docentes consideraron que las dos principales causas para adoptar la Web 2.0, promoviendo una cultura responsable y lo que coincide con la entrevista es que se debe a un cambio de actitud (28.57%) y capacitación oportuna (33.33%). En este último, los estudiantes, compartieron su opinión (33.96%); sin embargo, dedujeron que tiene mayor incidencia el factor económico.

Además, en la investigación se estableció que mediante la evaluación se reflexiona en la práctica educativa, con el fin de mejorar los resultados del proceso de aprendizaje. De modo, que en la encuesta se enfatizó que los docentes que siempre utilizan la Web 2.0 para medir sus avances (47.62%) definieron a la evaluación como un recurso para motivar el autoaprendizaje. Por el contrario, los estudiantes opinaron que la mayoría de sus docentes siempre (80.19%) los evalúan por medio de los entornos virtuales de la Web 2.0. En ambos casos, queda claro que los demás docentes si utilizan los entornos, pero ocasionalmente. Así mismo, en la entrevista se aclaró que el docente, al ser dueño de su cátedra, queda bajo su criterio considerar el uso de los entornos de la Web 2.0 en sus planificaciones, con el fin de mejorar el proceso educativo.

Adicionalmente, se evidenció en la investigación, que los docentes no han recibido capacitación sobre el manejo de herramientas tecnológicas (80.95%) ni sobre el uso de los entornos de la Web 2.0 para incorporarlos al proceso educativo (85.71%). Mientras, que la cifra de los estudiantes fue menor, en cuanto a capacitaciones de herramientas tecnológicas (30.66%) y de entornos Web (43.87%). Sin embargo en la encuesta, los estudiantes (30.66% de acuerdo y el 36.79% muy de acuerdo) y los docentes (19% de acuerdo y el 71.43% muy de acuerdo) indicaron la importancia de que el docente, cumpliendo el papel de mediador y guía actualice sus conocimientos sobre el uso de los entornos virtuales y las NTIC.

Finalmente, en la observación aplicada en la investigación, los docentes y estudiantes manifestaron su interés y disposición para conocer y utilizar más sobre los entornos virtuales de la Web 2.0. Por lo tanto, se confirmó que el desarrollo de una capacitación integral sobre nuevas tendencias de enseñanza – aprendizaje, mediante el uso de los entornos virtuales de la Web 2.0, se convierte en un estímulo que genera una actitud entusiasta por aprender, adaptándose a estos recursos.

3. CONCLUSIONES

Los resultados mencionados, demuestran que el modo de cómo se han desarrollado los entornos virtuales de la Web 2.0 en el área de Nivelación, no ha sido el más idóneo. Los resultados son preocupantes, ya que se identifica, que la mayoría de los docentes y los estudiantes ratifican que el factor que condiciona adoptar los entornos virtuales, se debe a un cambio de actitud para innovar y a una capacitación adecuada.

A través de la encuesta y la investigación bibliográfica, se identificaron las herramientas más idóneas de los entornos de la Web 2.0 para desarrollar el autoaprendizaje, estas son: recursos de almacenamiento masivo y gestión de la información, para presentaciones en línea, redes sociales, entornos multimedia, aulas virtuales, buscadores y redes científicas. Sin embargo, las tres aplicaciones más usadas por los docentes son: buscadores como google académico, redes sociales y recursos de almacenamiento. Los estudiantes utilizan también las wikis. Por lo tanto, estos datos indican que la mayoría de los docentes y estudiantes se sienten preparados para incorporar los entornos virtuales a sus actividades.

Se determinó que los equipos tecnológicos son importantes para promover una cultura digital en estudiantes y docentes; ellos cuentan con recursos económicos para adquirir una laptop, tablet, teléfono móvil, entre otros. Además, la Universidad facilita por aula una computadora de escritorio, un proyector y red wifi con suficiente cobertura.

Es una ventaja que el número de docentes y estudiantes que conocen sobre los entornos de la Web 2.0 sea mayor frente a la minoría que no conoce. Estos datos indican que la mayoría de los estudiantes y docentes manifiesten la relevancia de promover capacitaciones permanentes sobre el uso de los entornos virtuales y las NTIC, mediante cursos interactivos que mejorarán la calidad educativa. Sin embargo, la investigación también muestra que algunos de los encuestados son inseguros para utilizar estas herramientas en el ámbito educativo, dado el desconocimiento de las herramientas.

Se comprueba la disposición por parte de los docentes y estudiantes para seguir capacitándose luego de haber leído el manual de usuario.

Es recomendable utilizar con mayor frecuencia los entornos virtuales de la Web 2.0, considerándolos como un respaldo a la gestión educativa de las instituciones. Esta herramienta aportará a desarrollar entornos flexibles y adaptables, a la orientación personal, al discernimiento de carreras, a mejorar técnicas y métodos de estudio para desarrollar destrezas, permitirá evaluar conocimientos de manera más ágil, entre otros. Por esta razón, es necesaria una buena actitud o predisposición que promueva experiencias inolvidables y

divertidas, mediante la utilización de la tecnología en general.

La Universidad deberá evaluar y considerar en su presupuesto, la inversión en espacios virtuales y la inclusión de nuevas tecnologías de información y comunicación, tales como: las pizarras digitales, un aula virtual y el uso de los demás entornos virtuales de la Web 2.0.

También, deberá considerar la capacitación de manera permanente y continua a los docentes y estudiantes sobre el uso de los entornos de la Web 2.0, garantizando una mejora al autoaprendizaje de docentes y estudiantes, la apertura a asumir nuevos desafíos impuestos por la sociedad actual y analizando sobre la práctica educativa, que genere un sentido responsable para aplicar los conocimientos adquiridos en cualquier ámbito. Finalmente se recomienda que el área de Nivelación tenga un espacio, con aulas propias y equipadas, para que los docentes den tutorías e impartan clases.

4. BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, M., & Lorenzo, C. (12 de junio de 2012). *Revista venezolana de información, tecnología y conocimiento*. Obtenido de Diferencias entre usuarios y monousuarios de redes sociales virtuales en la web 2.0: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3971517>
- Argudín Vásquez, Y. (2001). *Revista Educar. Educación basada en competencias*. Obtenido de http://www.uv.mx/dgdaie/files/2013/09/Argudin-Educacion_basada_en_competencias.pdf
- Cela, K., Fuentes, W., Alfonso, C., & Sánchez, F. (2010). *Revistas de estilos de aprendizaje*. Obtenido de Evaluación de herramientas web 2.0, estilos de aprendizaje y su aplicación en el ámbito educativo: <http://learningstyles.uvu.edu/index.php/jls/article/view/123/86>
- Citizen school. (2012). *Education Reform*. Obtenido de <http://www.citizenschools.org/about/education-reform/national-service/>
- Díaz Barriga, F. (julio y diciembre de 2015). *Congreso virtual de educación en México*. Obtenido de Principios de diseño instruccional de entornos de aprendizaje apoyados con TIC: un marco de referencia sociocultural y situado: <http://investigacion.ilce.edu.mx/tyce/41/art1.pdf>
- Facundo, A. (2010). *La educación superior a distancia: miradas diversas desde Iberoamérica. Instituto Tecnológico Virtual INTEVED*. Obtenido de El difícil tránsito a la virtualidad. La educación superior a distancia en Colombia, luego de tres décadas de desarrollo: http://www.researchgate.net/profile/Lorenzo_Garcia-Aretio2/publication/235664931_La_educacin_superior_a_distancia_en_Espaa/links/09e415149699b29b56000000.pdf
- Fundación Telefónica. (2014). *Página oficial de Fundación Telefónica*. Obtenido de Innovación Top 100 educativas: http://www.fundaciontelefonica.com/educacion_innovacion/desafio_educacion/las-100-innovaciones/
- García, L., & Varela, S. (2010). *La educación superior a distancia: miradas diversas de Iberoamérica, Instituto Tecnológico Virtual INTEVED*. Obtenido de La educación superior a distancia en España: http://www.researchgate.net/profile/Lorenzo_Garcia-

- Aretio2/publication/235664931_La_educacin_superior_a_distancia_en_Espa
a
/links/09e415149699b29b56000000.pdf
- González Guerrero, K., & Rincón Caballero, A. (18 de junio de 2013). *El docente prosumidor y el uso crítico de la web 2.0 en la educación superior*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-89322013000100007&script=sci_arttext
- Hinojosa Raza, C., & Cela Rosero, K. (2013). *Capacitación y gestión del conocimiento a través de la web 2.0*. (Dickinson, Editor) Obtenido de La web 2.0 impulsa las interacciones sociales: <https://books.google.es/books?id=pd9IBAAAQBAJ&pg=PA141&dq=la+web+2.0+y+entornos+educativos&hl=es&sa=X&ei=u8pXVY26E-K1sATimYCgAw&ved=0CDIQ6AEwAw#v=onepage&q=la%20web%202.0%20y%20entornos%20educativos&f=false>
- Lino Morgado, N. (diciembre de 2010). *Revista Iberoamericana de Informática Educativa - Portugal*. Obtenido de Contextos de aprendizaje 2.0 y utilización de herramientas web 2.0 para un aprendizaje en contexto: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3633923>
- Marchesi , A. (12 de diciembre de 2012). *Fundación Telefónica*. Obtenido de Ponencia en el encuentro internacional de Educación 2012-2013: <https://www.youtube.com/watch?v=R-URgu7E-zw>
- Marina, J. (mayo de 2012). *Innovar y ayudar a innovar*. Obtenido de Energía Creadora, Ciencia y Tecnología: <http://www.energiacreadora.es/ec-1/nuestra-contribucion-a-la-salida-de-la-crisis/>
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2014). *Página oficial del Ministerio*. Obtenido de Boletines de prensa sobre las instituciones Unidad del Milenio Alfredo Vera y Unidad del Milenio de Guano: <http://educacion.gob.ec/2014/02/>
- OECD . (2010). *Página oficial - Center of Educational Research and Innovation*. Obtenido de Inspired by technology, driven by pedagogy OECD. Web 2.0 & the school of the future, today: http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/education/inspired-by-technology-driven-by-pedagogy_9789264094437-en#page1
- Pedró, F. (2012). *Página oficial de IBERTIC- Ceri & OECD Paris*. Obtenido de Connected minds: technology and today's learners: <http://www.ibertic.org/novedades/spip.php?article401>
- Vianney , J., & Lupión, P. (2010). *La educación superior a distancia: miradas diversas desde Iberoamérica, Instituto Tecnológico Virtual INTEVED*. Obtenido de La educación a distancia en Brasil: http://www.researchgate.net/profile/Lorenzo_Garcia-Aretio2/publication/235664931_La_educacin_superior_a_distancia_en_Espa
a

/links/09e415149699b29b56000000.pdf

Video sobre evaluación de las competencias del siglo XXI. Capítulo latinoamérica Costa Rica. (2013). Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=QEj69Q4Xcl4>

Zavaglia Torres, T., & Ferreira de Amaral, S. (marzo de 2011). *Educación Temática Digital - ETD*. Obtenido de Aprendizaje colaborativo web 2.0: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4856217>

008. LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN SU USO, APLICACIÓN COMO INCENTIVO AL MERCADO EN SU ADICCIÓN SOCIAL.

Autores:

Cpa. José Flores Poveda Msc.,

Catedrático Titular Auxiliar tiempo completo de la Universidad de Guayaquil, (FACULTAD DE ECONOMÍA) Guayaquil, Ecuador

florespj@ug.edu.ec

Econ. Ana Lucía Pico. Msc.,

Catedrática Titular Auxiliar tiempo completo de la Universidad de Guayaquil, (FACULTAD DE ECONOMÍA) Guayaquil, Ecuador,

ana.picoa@ug.edu.ec

Ing. Karla Maribel Ortiz Chimbo. Msc

Coordinadora de la Comisión de Evaluación y Acreditación de la Facultad de Filosofía y Catedrática a medio tiempo de la Universidad de Guayaquil, Carrera Ingeniería en Sistemas y Networking (Facultad De Ciencias Matemáticas Y Físicas)

karla.ortizch@ug.edu.ec

Ing. Juan Calderón Cisneros. M,gs.

Docente Investigador de la Facultad de Sistemas de la Universidad ECOTEC

jcalderon@ecotec.edu.ec

Resumen

El siguiente artículo se analizará el uso excesivo del celular, el cual genera hoy una nueva adicción social, bajo una percepción subjetiva de peligro derivada del uso de las Nuevas Tecnologías (NT) en la sociedad, y la identificación de conductas indicadoras de un posible problema de adicción a NT. El uso y abuso de las nuevas tecnologías (celular e Internet) específicamente están relacionados con variables psicosociales, tales como la vulnerabilidad psicológica, los factores estresantes y el apoyo familiar y social. Las personas viven en un mundo muy conectado, hay quienes no se despegan de la tecnología ni un segundo. Pero los problemas que causa la adicción al celular, cuando la hay, tienen que ver no sólo en lo personal sino también en lo laboral.

Palabras Claves: Nomofobia, Adicción, Teléfonos móvil, Celular, radiación, abusos, psicológica, autoestima, prevenir, excesivo, efectos.

Summary

The following article will discuss the excessive use of the cell phone, which today generates a new social addiction, under a subjective perception of risk derived from the use of new technology (NT) in society, and the identification of indicator behavior of a possible problem of addiction to NT. The use and abuse of new technologies (phone and Internet) are specifically related to psychosocial variables, such as the psychological vulnerability, stressors and the family and social support. People live in a very connected world, there are those who without tearing the technology a second. But the problems caused by addiction to the cell, when present, are not only personally but also in terms of work.

Keywords: Nomofobia , Addiction , Mobile Phones, Cell , radiation, abuse, psychological , self-esteem , prevent, excessive effects.

I.- INTRODUCCIÓN

Aunque pueda parecer exagerado, numerosos investigadores ya están alertando de que hay muchas personas con teléfono móvil que están sufriendo problemas físicos y psicológicos como ansiedad, palpitaciones y sudores cuando olvidan el móvil en casa, su tarjeta de prepago se queda a cero, se quedan sin cobertura o sin batería.

"La adicción al teléfono móvil es, para muchos, la enfermedad del siglo XXI. Tanto que, según los expertos, el miedo a estar sin el teléfono se puede diagnosticar ya como un trastorno para una gran parte de la población, sin que los afectados sean conscientes de ello."(23 de marzo de 2012. 00:00h E. Villar. Madrid.)

El desarrollo tecnológico de los móviles (celulares) ha causado una exposición cada vez mayor de los seres humanos a radiaciones electromagnéticas de diverso tipo. Los efectos de la denominada radiación ionizante sobre los seres vivos son bastante bien conocidos y los métodos para prevenir estos efectos han sido reglamentados en la mayoría de los países. No obstante, los efectos sobre la salud de radiación electromagnética de menor energía, considerada como "no ionizante", han sido menos estudiados y en consecuencia, existe reglamentación insuficiente respecto de las medidas destinadas a disminuir o evitar los posibles efectos adversos sobre la salud.¹

Las TIC se transforman en el instrumento prioritario de placer, el ansia por estar a la última puede enmascarar necesidades más poderosas. Asimismo las redes sociales pueden atrapar en algunos casos a un adolescente porque el mundo virtual contribuye a crear en él una falsa identidad y a distanciarle (pérdida de contacto personal) o a distorsionar el mundo real (Becoña, 2006).

¹ (23 de marzo de 2012. 00:00h E. Villar. Madrid).

II.- Métodos:

El objetivo principal del artículo es conocer el uso de las herramientas tecnológicas como proceso de interacción-aprendizaje y no se conviertan en una adicción. Este objetivo se concretó en los siguientes objetivos específicos: Conocer nuevas aplicaciones como herramientas pre-profesionales. Analizar las ventajas y desventajas que presentan desde el punto de vista de la producción según varios autores.

Algunas de las causas que generan las adicciones en adolescente, son los problemas familiares como la incompreensión, la falta de comunicación, los golpes, el maltrato, el rechazo, el abandono, los problemas económicos y demás conflictos, de modo que a fin de encontrar algún medio para solucionar sus problemas o escapar de ello, los adolescentes buscan en la droga la solución correcta.

Otro de los motivos se debe a las presiones sociales, a las que están sometidos continuamente los adolescentes de hoy.

La sociedad ha avanzado mucho en cuestión de medicina, tecnología y otras ciencias del saber humano, sin embargo no todos los avances han sido positivos, puesto que muchos de los descubrimientos han generado la creación de nuevas drogas o sustancias adictivas, con las que se puede corromper a las nuevas generaciones.²

- **Adicción:**

La adicción es la actividad compulsiva, Imperiosa que tiene por consumir o la implicación excesiva en una actividad específica. La actividad puede ser el juego o puede referirse al uso de casi cualquier sustancia, como una droga.³

Todas las conductas adictivas están controladas inicialmente por reforzadores positivos -el aspecto placentero de la conducta en sí-, pero terminan por ser controladas por reforzadores negativos -el alivio de la tensión emocional, especialmente-. Es decir, una persona normal puede hablar por el móvil o conectarse a Internet por la utilidad o el placer de la conducta en sí misma; una persona adicta, por el contrario, lo hace buscando el alivio del malestar emocional (aburrimiento, soledad, ira, nerviosismo, etcétera) (Marks, 1990; Potenza, 2006; Treuer, Fábian y Füredi, 2001).

- **Adicciones: Dependencia Psicológica y Física:**

A partir del siglo XXI, los teléfonos móviles han adquirido funcionalidades que van mucho más allá de limitarse a sólo llamar, traducir o enviar mensajes de texto: se puede decir que han incorporado las funciones de los dispositivos tales como PDA, cámara de fotos, cámara de video, consola de videojuegos portátil, agenda electrónica, reloj despertador, calculadora, micro-proyector, radio portátil, GPS o reproductor multimedia (al punto de causar la obsolescencia de varios de ellos), y que también pueden realizar

² Consecuencias de las adicciones en adolescentes. <http://www.estudiapsicologia.com/consecuencias-de-las-adicciones-en-adolescentes/>

³ Lorena Rioseco Palacios (Psicoeducadora-Clinica del ánimo) <http://www.red-psi.org/articulos/adiccion-y-sus-efectos-lorena-rioseco-psicoeducadora-clinica-del-animo/>

una multitud de acciones en un dispositivo pequeño y portátil que llevan prácticamente todos los habitantes de los países desarrollados y un número creciente de habitantes de los países en desarrollo. A este tipo de evolución del teléfono móvil se le conoce como teléfono inteligente (o teléfono automático).

A finales de los años 50 del siglo XX, el científico soviético Leonid Ivanovich Kupriyanovich desarrolló un sistema de comunicación móvil que culminó en el modelo KL-1, que utiliza ondas de radio y es capaz de alcanzar una distancia de 30 km y puede dar servicio a varios clientes. Este teléfono móvil se patentó el 11 de enero de 1957 con el Certificado de Patente n.º 115494. Fue la base para la investigación que Kupriyanovich comenzó el año siguiente en el Instituto de Investigación Científica de Voronezh. De esta investigación surgió el Altay, que se distribuyó comercialmente en 1963 y llegó a estar presente en más de 114 ciudades de la Unión Soviética y dio servicio a hospitales y médicos. El sistema se extendió por otros países de Europa del Este, como Bulgaria, que lo mostraría en la exposición internacional Inforga.

Desde la introducción de los teléfonos móvil (celular) en los años 80 el crecimiento de los teléfonos móviles y su estaciones de base ha sido continuo y con una tasa de crecimiento cada vez mayor, encontrándonos con los países como China que a pesar de tener una penetración relativamente baja ya redondea los 150 millones de usuarios.⁴ Los adolescentes constituyen un grupo de riesgo porque tienden a buscar sensaciones nuevas y son los que más se conectan a Internet, además de estar más familiarizados con las nuevas tecnologías (Sánchez-Carbonell, Beranuy, Castellana, Chamorro y Oberst, 2008). Estableciendo que hay personas más vulnerables que otras a las adicciones. De hecho, la disponibilidad ambiental de las nuevas tecnologías en las sociedades desarrolladas es muy amplia y, sin embargo, sólo un reducido número de personas muestran problemas de adicción (Becoña, 2009; Echeburúa y Fernández-Montalvo, 2006; Labrador y Villadangos, 2009).

III.- PRIMERAS PREOCUPACIONES DEL USO DE LOS CELULARES

Las primeras preocupaciones en contra de la salud que empezaron a circular sobre el uso de los celulares fue alrededor del año 1992 y 1993, y esto sucedió mediante 2 demandas que se realizaron en contra de 2 empresas productoras de celulares y una empresa prestadora de servicios telefónicos. Según los acusantes, estaban demandando a estas empresas debido a que habían desarrollado tumores cerebrales y le atribuían completamente la culpa al uso de los celulares. Entre las principales causantes, ellos demandaban el no haber recibido algún tipo de precaución acerca de los peligros que estos aparatos causan. Sin embargo, en aquel entonces no existían estudios sobre el riesgo del uso de los celulares. Sin embargo, más de 15 años han logrado pasar desde entonces y el día de hoy, gracias a los más de 15 millones

⁴ (Haldane, Robert 1995).

invertidos en investigación, podemos conocer los principales peligros sobre el uso del celular.⁵

El mejor teléfono móvil, ya sea con internet o sin él, un smartphone o un "zapatófono" de toda la vida, es aquel que usamos sólo cuando de verdad nos es útil. Y aquel del que podemos prescindir sin que nos ocasione ningún tipo de alteración.⁶

En una primera apreciación se podría considerar la adicción al teléfono móvil como perteneciente a las adicciones sin sustancia, también llamadas adicciones psicológicas. Sin embargo, a diferencia de estas, el teléfono móvil emite microondas que alcanzan al cerebro y por ello las investigaciones se dirigen a fijar hasta qué punto esta adicción podría tener una base fisiológica. En este artículo se hace una breve revisión de estos estudios donde se analizan los efectos comprobados de estas radiaciones que pueden acercarnos a la idea de un posible efecto adictivo, parecido al que provocan las drogas convencionales. Por lo que los autores se atreven a llamar la atención sobre el abuso que hacen los jóvenes, cuyos cerebros en vías de maduración pueden acusar los riesgos derivados del uso indebido, y consideran que habría que educar en la utilización responsable del móvil.

"El móvil puede llegar a generar modificaciones del estado de ánimo, ansiedad, sentimiento de inseguridad invalidante, miedo a salir sin él, tener que volver a por él si se olvida y/o no ser capaz de hacer nada sin el móvil "(Criado, 2005; Kamibeppu y Sugiura, 2005; Srivastava, 2005).

La investigación sobre las adicciones a las nuevas tecnologías y especialmente sobre el abuso del móvil es escasa, debido por una parte a su gran complejidad y por otra a la novedad de estos fenómenos sociales. Con frecuencia existen dificultades para distinguir entre el uso normal de una sustancia o una tecnología moderna frente al abuso y/o la adicción. En general se decide si existe o no tal abuso/dependencia, primero por la intensidad y frecuencia de su uso, más objetivamente por la cantidad de dinero invertido y posteriormente por el nivel de interferencia que tendría dicho proceso sobre las relaciones familiares, sociales y laborales de cada individuo en cuestión. Así, la interferencia o restricción significativa en el desarrollo íntegro del individuo se correlacionaría con el nivel de compulsión o imposibilidad parcial o total de controlar su uso, como rasgo común descrito en cualquier actividad implícita en un menoscabo del grado de libertad o de dependencia individual.

"Aunque las clasificaciones internacionales que se emplean habitualmente en psicología clínica consideran las adicciones y los trastornos de control de impulsos como entidades independientes, tienen muchas similitudes, de hecho muchos autores consideran el juego patológico como una adicción sin sustancia "(Tirapu et al., 2004).

⁵ (despertando salud, 2012).

⁶ (23 de marzo de 2012. 00:00h E. Villar. Madrid).

A primera vista parece complicado hablar de un “adicto al móvil” como se habla de adictos a las drogas, pero si nos detenemos a analizar esta situación no es difícil establecer características comunes a ambos fenómenos. Frente a los usuarios moderados de móvil, los “adictos” presentan un estado de alerta o vigilia permanente hacia cualquier señal que provenga de su aparato, que provoca la necesidad casi compulsiva e incontrolada de consultar el móvil constantemente, independientemente de la actividad que estén realizando. Parece que necesitan dedicar cada vez más tiempo al mismo (¿tolerancia?) y dicho aparato empieza a ocupar un lugar prioritario en su vida. Además, estudios recientes en “adictos” que dejan de usar sus móviles, han descrito lo que podría considerarse como un síndrome de abstinencia psicológica y física. Dicho síndrome se caracteriza por síntomas concretos de angustia, ansiedad, nerviosismo, irritabilidad, etc. Estas manifestaciones desaparecen cuando se restablece el uso del móvil. En el comportamiento adictivo al móvil también suele haber problemas de autoestima o inseguridad, dificultad para las relaciones interpersonales, aislamiento y otros factores emocionales.⁷

Las principales señales de alarma que denotan una dependencia a las TIC o a las redes sociales y que pueden ser un reflejo de la conversión de una afición en una adicción son las siguientes (Young, 1998):

- a. Privarse de sueño (<5 horas) para estar conectado a la red, a la que se dedica unos tiempos de conexión anormalmente altos.
- b. Descuidar otras actividades importantes, como el contacto con la familia, las relaciones sociales, el estudio o el cuidado de la salud.
- c. Recibir quejas en relación con el uso de la red de alguien cercano, como los padres o los hermanos.
- d. Pensar en la red constantemente, incluso cuando no se está conectado a ella y sentirse irritado excesivamente cuando la conexión falla o resulta muy lenta.
- e. Intentar limitar el tiempo de conexión, pero sin conseguirlo, y perder la noción del tiempo.
- f. Mentir sobre el tiempo real que se está conectado o jugando a un videojuego.
- g. Aislarse socialmente, mostrarse irritable y bajar el rendimiento en los estudios.
- h. Sentir una euforia y activación anómalas cuando se está delante del ordenador

Cómo Se Genera La Adicción Al Móvil

Para que una persona se haga adicta, solo basta con que sea una persona que tenga problemas afectivos, con dificultades para hablar con los demás, o que esté en una época difícil de su vida, como es el caso de la Adolescencia en la que se es especialmente vulnerable a los múltiples reclamos que invaden la publicidad y que, en muchas ocasiones, no son verdad!!!, como por ejemplo, que es moda adelgazar, atarse

⁷ (María Paz De La Puente Psicóloga, Directora de Fundación Aldaba).

a los videojuegos, comprar productos y productos sin fin y, cómo no!, Tener cuanto antes el último modelo de Móvil!!!

Todo ello hará que un gran número de personas caerán víctimas de la dependencia móvil y, por tanto se convertirá en adicto. Y después, la adicción hará que la persona se desvíe de su entorno familiar, de sus amigos, llegando a un gran sufrimiento emocional.⁸

El Gobierno clasificará como adicciones el uso compulsivo del móvil y el sexo “online”
El delegado para el Plan Nacional sobre Drogas, Francisco Babín, aseguró el pasado miércoles en Salamanca que entre los retos actuales se encuentran conocer mejor y catalogar las nuevas adicciones denominadas “sin sustancia”, como por ejemplo las que surgen alrededor de las nuevas tecnologías, a internet y el uso del móvil, las compras compulsivas y la adicción al sexo on line. Es lo que se llama conducta adictiva o adicciones comportamentales.⁹

Características de la conducta adictiva

El rasgo principal de la conducta adictiva es su capacidad para generar en la persona adicta la sensación de bienestar y gratificación inmediata.

En este sentido, simulan aliviar el malestar psicológico que puede producir el estrés, la angustia, la ansiedad y otras emociones negativas, transformándose en un estilo negativo de afrontamiento de dichas emociones.¹⁰

Por esta misma característica, es que este tipo de conductas producen una dependencia

Los investigadores entrevistaron a usuarios de teléfonos móviles sobre la forma como utilizaban sus aparatos.

Descubrieron que un 16% de los entrevistados tenía un problema de conducta relacionado con el uso del móvil.

Esto significa que el usuario o estaba mintiendo sobre cuánto usaba su aparato, o se estaba volviendo cada vez más irritable cuando dejaba de usarlo o se mostraba demasiado absorto con el móvil.

Esto resulta en que el usuario cada vez se vuelve más estresado, indica el doctor Sheffield.

⁸ ADICCIÓN AL TELÉFONO MÓVIL. Por Rosa Vera García. http://www.psicologia-online.com/autoayuda/adiccion-movil/adiccion_telefono.shtml

⁹ El Gobierno clasificará como adicciones el uso compulsivo del móvil y el sexo “online”
<http://www.centroadiccionesbarcelona.com/el-gobierno-clasificara-como-adicciones-el-uso-compulsivo-del-movil-y-el-sexo-online/>

¹⁰ El Gobierno clasificará como adicciones el uso compulsivo del móvil y el sexo “online”
<http://www.centroadiccionesbarcelona.com/el-gobierno-clasificara-como-adicciones-el-uso-compulsivo-del-movil-y-el-sexo-online/>

Los investigadores reforzaron su teoría llevando a cabo pruebas con 20 usuarios de teléfonos móviles antes y después de dejar de usar sus aparatos.

Los resultados mostraron que una vez que la gente comienza a reducir el uso del móvil, disminuye su presión sanguínea.

Según los expertos, los resultados de su estudio reflejan la forma como ha crecido el mercado de teléfonos móviles.

Este crecimiento ha provocado que los teléfonos móviles tengan un enorme impacto en todos los aspectos de la vida de la gente.

Según el doctor Lancelle "el mal uso y la omnipresencia del teléfono celular están muy extendidos".

"El usuario tiene permanentemente el teléfono abierto y cualquiera sea la actividad que se desempeña, se está siempre atento al funcionamiento del teléfono", señala el doctor Lancelle.

"Y eso ha hecho que el teléfono celular interfiera en la vida cotidiana y en las relaciones interpersonales del individuo".

El psicoanalista Enrique Novelli, miembro de la Asociación Psicoanalítica Argentina (APA), sostiene que la tecnología no sólo es útil, sino necesaria, pero advierte:

"Es dañina si se convierte en una obsesión. Por ella se empobrecen los intercambios comunicacionales cara a cara. Cuando esto sucede, se crea una modalidad de comunicación que se torna paradójica en tanto que crea la ilusión de estar hipercomunicado cuando en realidad se está aislado".

"Empiezan a aparecer también casos reales que piden rehabilitarse en Centros específicos de rehabilitación de drogas "(Bononato, 2003).

Efectos de la Adicción al móvil

Hay muchos efectos de la adicción, y los que son más evidentes son:

Aislamiento de los demás y soledad

Comportamiento alterado

Alteraciones del estado de ánimo

Comportamiento compulsivo

Problemas de comunicación

Problemas con el lenguaje, pues ya no nos detenemos a escribir bien, sino que lo importante es la rapidez

Peligro de hacer contactos no demasiado buenos como quedar con desconocidos, que pueden traer consecuencias negativas.

El comportamiento adictivo hace ser muy sensible a los juicios y valoraciones de los demás y acrecienta los sentimientos de inseguridad

Se puede llegar al fracaso escolar o la agresividad.

En los casos más graves, se puede llegar a robar y a mentir con tal de tener un móvil porque la adicción es capaz de anular todo nuestro control como personas.

En algunos chicos/as se produce también absentismo escolar o no respetan los horarios de estudio, pasan horas chateando en lugar de relacionarse con otros jóvenes de su edad.¹¹

IV.- El Celular Y La Energía De Radiofrecuencia:

La energía de radiofrecuencia es una forma de radiación electromagnética. La radiación electromagnética se puede clasificar en dos tipos: ionizante (p. ej., los rayos X, el radón y los rayos cósmicos) y no ionizante (p. ej., la radiofrecuencia, la frecuencia sumamente baja o la frecuencia eléctrica).

Se sabe que la exposición a la radiación ionizante, como la de radioterapia, aumenta el riesgo de cáncer. Sin embargo, aunque muchos estudios han examinado los posibles efectos para la salud de la radiación no ionizante procedente de radares, de hornos de microondas y de otras fuentes, actualmente no existe evidencia firme de que la radiación no ionizante aumenta el riesgo de cáncer.

El único efecto biológico de la energía de radiofrecuencia que se conoce es el calentamiento. La capacidad de los hornos de microondas para calentar los alimentos es un ejemplo de este efecto de la energía de radiofrecuencia. La exposición a la radiofrecuencia emitida al usar un teléfono celular causa calentamiento; sin embargo, no es suficiente para aumentar la temperatura del cuerpo en forma que se pueda medir. Un estudio reciente mostró que cuando una persona usaba un teléfono celular durante 50 minutos, los tejidos del cerebro del mismo lado de la cabeza donde estaba la antena del teléfono transformaban, por metabolismo, más glucosa que los tejidos del lado opuesto del cerebro (2). Los investigadores advirtieron que estos resultados son iniciales y que los posibles resultados para la salud de este aumento en el metabolismo de glucosa todavía se desconocen.¹²

La Organización Mundial de Salud Clasifica la Radiación de los Teléfonos Celulares como un Carcinógeno de Clase B

Se estima que en la actualidad las suscripciones de teléfonos celulares son de 5.9 billones a nivel mundial - eso significa que el 87 por ciento de la población mundial utiliza celular. Creo que es seguro decir, que ya hemos pasado el punto en el que ya no hay vuelta atrás cuando se trata de esta tecnología. Pero como el uso del celular sigue en aumento, un creciente cuerpo de investigadores se encuentra en contra de esta

¹¹ ADICCIÓN AL TELÉFONO MÓVIL. Por Rosa Vera García. http://www.psicologiaonline.com/autoayuda/adiccion-movil/adicion_telefono.shtml

¹² (U.S. Food and Drug Administration 2009).

tecnología, advirtiendo que podría tener serios efectos biológicos negativos que deben ser reconocidos y remediados.

Afortunadamente, sus advertencias comienzan a ser escuchadas.

El 31 de mayo del 2011, la Organización Mundial de Salud (OMS) y la Agencia Internacional en la Investigación del Cáncer (IARC por sus siglas en inglés) emitieron un informe admitiendo que los teléfonos celulares podrían causar cáncer, clasificando su radiofrecuencia de campos electromagnéticos como “un posible carcinogénico para los seres humanos” (Clase 2B)^{vi}. La clasificación salió como respuesta la investigación que demuestra que los teléfonos celulares aumentan el riesgo de cáncer cerebral.

De acuerdo con un comunicado de prensa vii:

“El Dr. Jonathan Samet (Universidad del Sur de California de los Estados Unidos), presidente del Grupo de Trabajo, indicó que “la evidencia se sigue acumulando y es lo suficientemente fuerte como para respaldar la conclusión y la clasificación 2B. La conclusión significa que podría haber algún riesgo y por lo tanto necesitamos mantenernos alertas con el vínculo entre los celulares y el riesgo de cáncer.”

“Dado a las posibles consecuencias para la salud pública de esta clasificación y resultados.”, dijo el director del IARC, Christopher Wild, “es importante que se hagan más investigaciones sobre los usuarios que utilizan mucho el celular. En espera de la disponibilidad de esa información, es importante tomar las medidas necesarias para reducir tal exposición, utilizando dispositivos de manos libres o bien mandando mensajes.”¹³

V.- Mal Uso De Celulares Y Sus Lesiones

Un dolor persistente en la nuca, en la espalda o en el dedo pulgar puede tener una causa mucho más simple de lo que la persona cree: es posible que pase demasiadas horas escribiendo mensajes en su celular o pendiente de la pantalla del smartphone. En Estados Unidos los médicos han alertado que las lesiones causadas por el uso de celulares y otros aparatos electrónicos están aumentando con rapidez, principalmente porque los sostenemos durante un tiempo prolongado y los utilizamos de una manera incorrecta, sin embargo La Organización Mundial de la Salud (OMS) insistió en que no existe la suficiente información para determinar que los teléfonos móviles o las antenas de telefonía móvil tengan consecuencias adversas para la salud. "Ninguna investigación reciente ha demostrado que la exposición a los campos de radiofrecuencia de los teléfonos móviles o a sus estaciones base, cause algún efecto adverso a la salud", señala un comunicado de la OMS que pretende desmentir algunas informaciones aparecidas en los medios de comunicación en los últimos tiempos.

¹³ (Dr. Mercola 16 de Junio 2012).

"Apreciamos un incremento dramático en el número de personas que vienen a la consulta con estos problemas", señala el doctor Steven Conway, portavoz de la Asociación Americana de Fisioterapia. Generalmente, los síntomas son dolores en el cuello y, a veces, en el dedo pulgar, producidos por sobrecargas musculares tras muchas horas de uso del celular, el Blackberry o reproductores de mp3, como el iPod de Apple. "Se concentran en un área muy pequeña y en dónde ponen el dedo, y sostienen el aparato demasiado bajo. Al final se genera tensión en el brazo y en el cuello", explica este profesional. También es una realidad que al tener tantas opciones de comunicación y entretenimiento en un solo instrumento, que además es portátil, hace que bajen los niveles de atención de las personas que lo usan, al punto de desconectarse del entorno al momento de disfrutar de él. En vista del grave problema que atraviesan algunas escuelas del país, los celulares pasaron, de ser un instrumento molesto e inadecuado dentro de las aulas, cuyo uso indebido era visto como una simple travesura que podía afectar el rendimiento del niño, niña o adolescente, a ser una herramienta que pone en juego su integridad personal y deja a un lado los valores, la moral y el respeto.¹⁴

El Mal Uso Más Grave Del Celular

El mal uso de los celulares en las situaciones menos adecuada puede causar accidente he incluso pude llevarnos a la muerte.

debido al incremento de muertes causados por la manipulación del celular mientras está conduciendo ha llevado a que sea puesta como contravenciones leves de segunda clase en la Ley de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial que dice que Incurren en contravención leve de segunda clase y serán sancionados con multa equivalente al diez por ciento de la remuneración básica unificada del trabajador en general y reducción de 3 puntos en su licencia de conducir; por conducción utilizando el celular. .(Ley de tránsito, transporte terrestre y seguridad vial).

Causas

- La pérdida de confianza en nosotros mismo.
- La baja autoestima de la persona.
- La falta de socialización con las personas.

- Los teléfonos celulares emiten energía de radiofrecuencia (ondas de radio), una forma de radiación no ionizante.

¹⁴ (joselynblogs,4 de septiembre de 2011).

- han aumentado el tiempo de uso del teléfono móvil (celular) con el constante uso de hacer llamadas diarias con teléfonos celulares, la duración de cada llamada y la cantidad de tiempo que las personas usan dichos teléfonos han aumentado.
- El número excesivo de los teléfonos móviles (celulares).

Consecuencias

- Crea personas antisociales por lo que olvidan comunicarse con la sociedad.
- Se encierran en una burbuja y se desconectan del mundo exterior
- Son propensos a una depresión emocional.
- Se puede llegar al fracaso escolar o la agresividad.
- En los casos más graves, se puede llegar a robar y a mentir con tal de tener un móvil porque la adicción es capaz de anular todo nuestro control como personas.
- puede que probablemente tengamos problemas de salud en el futuro.

VI.- Adicción Al Celular:

El último de los estudios sobre adicción al teléfono móvil arroja, desde luego, conclusiones preocupantes: el 66% de la población británica padece nomofobia, según una encuesta que acaba de hacer pública la firma OnePoll basándose en mil entrevistas. La dependencia ha llegado a tal punto que el 41% de los usuarios del Reino Unido tiene dos teléfonos o más para estar permanentemente conectado.

Hace cuatro años, una encuesta similar cifró en el 53% el porcentaje de personas adictas al móvil, trece puntos por debajo, lo que da una idea del ritmo de crecimiento de este trastorno, tanto como la frecuencia con la que se hace uso del teléfono. Por término medio, cada usuario consulta su móvil 34 veces al día. Teniendo en cuenta que muchos de ellos siguen haciéndolo solo ocasionalmente, es fácil hacerse una idea de la dependencia del teléfono móvil que tienen algunos.

Y claro, ante un bien tanpreciado, y como ocurre con cualquier tesoro que se convierte en obsesión, el miedo a perderlo puede llegar a ser aterrador. Según el estudio, el 70% de las mujeres reconoce tener pánico a perder su teléfono móvil, frente al 61% de los hombres.¹⁵

Un estudio reciente mostró que cuando una persona usaba un teléfono celular durante 50 minutos, los tejidos del cerebro del mismo lado de la cabeza donde estaba la antena del teléfono transformaban, por metabolismo, más glucosa que los tejidos del lado opuesto del cerebro. Los investigadores advirtieron que estos resultados son iniciales y

¹⁵ (23 de marzo de 2012. E. Villar. Madrid).

que los posibles resultados para la salud de este aumento en el metabolismo de glucosa todavía se desconocen.¹⁶

En un tipo de estudio, llamado estudio de casos y controles, se compara el uso de teléfonos celulares por personas con estos tipos de tumores y por personas que no tienen dichos tumores. En otro tipo de estudio, llamado estudio de cohortes, se hace el seguimiento a un grupo grande de personas por un tiempo determinado y se compara el índice de estos tumores entre las personas que usaron teléfonos celulares y las que no los usaron. Los datos de incidencia de cáncer pueden analizarse también por un tiempo para ver si los índices de cáncer cambiaron en las poblaciones grandes durante el periodo en que el uso de teléfonos celulares aumentó drásticamente. Los resultados de estos estudios, por lo general, no han proporcionado evidencia clara de una relación entre el uso de los teléfonos celulares y el cáncer; no obstante, ha habido hallazgos estadísticamente significativos en determinados subgrupos de personas.¹⁷

El uso excesivo de celulares se ha convertido en la pesadilla de adultos, niños y adolescentes lo que puede -en algunos casos- generar adicción y acarrear problemas sociales insospechados.

Muchos compran celulares para estar comunicados y otros compran hasta tres celulares de diferentes líneas simplemente por moda.

Es impresionante ver cómo cada día aumenta el consumo de algo que no necesitas, eso es mercadeo, ya tienes uno pero te ofrecen otro y aunque no lo necesites te pareció económico y lo compraste. No tener celular hoy en día es parecer un bicho raro.

Según encuestas en la Universidad de Granada, España, se estima que se pasan más de cuatro horas al día hablando o enviando mensajes y advierten que esta patología es tan grave como el alcoholismo o la drogadicción y puede causar ansiedad y depresión. Según este estudio, 40% de los jóvenes puede presentar una conducta adictiva en el uso del celular.

Otro estudio realizado en Estados Unidos, revela que un 24% de los adolescentes, efectúa llamadas a diario, frente al 50% que envía mensajes de texto cada día. Uno de cada cuatro el fin de semana envía entre 10 y 20 mensajes de texto. Un 77% tonos o melodías del Internet, 68% logos y fotos, y un 30% ha adquirido juegos, una factura que siempre asumen los padres.

Uno de cada cuatro niños cambió el teléfono hasta cuatro veces. Para los padres a la larga es la pesadilla de perder el control sobre sus hijos por la vía rápida ya que el uso que los jóvenes dan a este medio no es el más adecuado. Más del 60% de la población

¹⁶ (Volkow ND, Tomasi D, Wang GJ, et al. Effects of cell phone radiofrequency signal exposure on brain glucose metabolism. JAMA 2011; 305(8):808–813).

¹⁷ (Ahlbom A, Green A, Kheifets L, et al. Epidemiology of health effects of radiofrequency exposure. Environmental Health Perspectives 2004).

tiene un celular, en los jóvenes de entre 12 y 24 años sube a más del 90 por ciento. Otro problema es el deterioro lingüístico de los escolares ya que acostumbrados a sintetizar los mensajes, reducen las frases y reglas ortográficas y mezclan idiomas. En las escuelas debe estar prohibido su uso porque crea problemas de disciplina y falta de atención.

En 2012 Australia fue el primer país en añadir la adicción a Internet a su Manual de Psiquiatría. En la Argentina, las consultas sobre esta patología comenzaron a inicios del milenio, en plena época de cibercafé y Counter Strike, y crecieron en los últimos cinco años.

“Como toda adicción, Internet puede ser el detonante de otros problemas (depresión, ansiedad, ludopatía). El uso excesivo puede vincularse con la calma de un malestar. Alivia, pero después vuelve el malestar y entonces se genera la tolerancia: necesito aumentar el uso para lograr el mismo efecto”,(Laura Jurkowski 2009 directora de un centro de ciberdependencia)

Un estudio reciente de Com Score concluyó que Argentina es el país que más horas invierte en las redes sociales: 10 horas mensuales, casi el doble del promedio global, que es 5,2 h. Su influencia aumenta entre los adultos: el segmento de los usuarios mayores de 55 años es el de mayor crecimiento en el uso de las redes sociales (En algunas zonas de América Latina, el aumento es del 95%).

Más allá de los números, el índice de dependencia no lo dan las horas frente a las pantallas. En realidad, la culpa y la impotencia trazan la frontera entre el uso y la adicción.

“la línea se cruza cuando uno es consciente de los problemas causados por Internet en la familia, en el trabajo y en la escuela, pero no puede hacer nada para modificar la situación” (Jurkowski, 2012).2

La Organización Mundial de la Salud (OMS) va más allá. Cree que este problema podría convertirse en una epidemia mundial, se estima que en pocos años, el mal uso del celular mientras se conduce, podría ser una de las tres primeras causas de muerte en el mundo.

(José Ávila, gerente de Mercadeo de Hyundai), comentó que "si un conductor se distrae leyendo o escribiendo un mensaje en su celular por 5 segundos, cuando un vehículo está en marcha a 60 km/h el vehículo se habría desplazado no menos de una cuadra, lo que provoca que la concentración del conductor se reduzca del 80% al 40% incrementando el riesgo de un accidente en hasta en un 400%", indica.

En los estudios realizados por Hyundai, se comprobó que en solo 3 segundos el auto avanza 66 metros, que es más que la distancia media promedio de frenado a esa velocidad.

*Los 30 puntos de la licencia seguirán normados como hasta el año pasado. El incremento se da en las contravenciones, no en los delitos de tránsito.*¹⁸

*Acercas de la problemática del exceso en el uso de los móviles, la psicóloga, Luisa de la Providencia Díaz Corro, recomendó a las personas que hagan conciencia del conflicto o enfermedad, de acuerdo con el nivel de dependencia.*¹⁹

Conclusiones:

- Determinar un cierto tiempo adecuado para poder utilizar el celular y hacer uso de las redes sociales, darte un tiempo para ti y para tu familia o amigos sin el uso del celular, evitar la utilización del celular en situaciones de bastante concentración o actividad como por ejemplo conducir, estudiar, manejar, etc.
- Un análisis reciente mostró un aumento estadísticamente significativo, aunque moderado, en el riesgo de glioma en la proporción pequeña de participantes del estudio quienes pasaron más tiempo total en llamadas de teléfonos celulares. Sin embargo, los investigadores consideraron este hallazgo como no concluyente porque sintieron que el grado de uso reportado por algunos participantes no era probable y que los participantes que reportaron grados más bajos de uso al parecer tenían un menor riesgo de cáncer de cerebro comparados con gente que no usó teléfonos celulares regularmente.
- Los investigadores encontraron que el uso de teléfonos celulares durante más de 5 años estaba relacionado con un riesgo mayor de neuroma acústico y que el riesgo de estos tumores aumentaba con una mayor duración del uso de teléfonos celulares. Sin embargo, la incidencia de estos tumores en hombres y mujeres del Reino Unido no aumentó de 1998 a 2008, aun cuando el uso de teléfonos celulares aumentó dramáticamente en esa década.
- Se recomienda evitar tener el móvil en la mano en las conversaciones con los jefes. Es cierto que estos consejos varían según la profesión. En algunas de ellas es indispensable.
- Si el usuario es de esos que necesita el celular, lo mejor es dejarlo boca abajo, para evitar la pantalla iluminada por alguna llamada o mensaje.
- Una recomendación de sentido común es su uso en silencio o en vibración. Así se evita molestar a los compañeros. Es de mayor importancia este punto si el usuario es de esos asiduos a grupos de Whatsapp a los que no paran de llegar mensajes.

¹⁸ (Comercio ElDiario, noticias, Andres Andrade 10 de Enero del 2012).

¹⁹ Adicción, multas y delitos, provoca uso de celulares. Martín Orquiz/ El Diario | Lunes 03 Agosto 2015.
http://diario.mx/Local/2015-08-03_13391b81/adiccion-multas-y-delitos-provoca-uso-de-celulares/
morquiz@redaccion.diario.com.mx

Recomendaciones:

- Alejar el móvil de zonas blandas del cuerpo.
- Mantener el teléfono apagado tanto tiempo como sea posible.
- No dormir con el teléfono encendido cerca de la cabeza.
- No hablar en [movimiento](#) (aumenta el efecto negativo de las ondas electromagnéticas sobre el [cerebro](#)).
- No permanecer mucho tiempo en zonas donde haya antenas de telefonía móvil.

Citas Bibliográficas:

- Anderson, P. (2002). Assessment and development of executive function (EF) during child-hood. *Child Neuropsychology*, 8(2), 71–82. doi:10.1076/chin.8.2.71.8724
- Arango-Forero, G., Bringué-Sala, X., & Sádaba-Chalezquer, C. (2010). La generación interactiva en Colombia: adolescentes frente a la Internet, el celular y los videojuegos. *Anagramas*, 9(17), 45-56. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222010000200004&lng=en&nrm=iso
- Armstrong, V., Brunet, P., He, C., Nishimura, M., & Poole, H. (2006). What Is so Critical?: A Commentary on the Reexamination of Critical Periods. *Developmental Psychobiology*, 48(4), 326-331. doi: 10.1002/dev.20135
- (23 de marzo de 2012. 00:00h E. Villar. Madrid).
- (Haldane, Robert 1995).
- (despertando salud,2012).
- (Criado, 2005; Kamibeppu y Sugiura, 2005; Srivastava, 2005).
- Constitución del Ecuador 2008.
- Código Integral Penal (COIP) 2015.
- (María Paz De La Puente Psicóloga, Directora de Fundación Aldaba).
- (Anthony Barreto U.E.L.B "Yoraco" , Junio del 2008).
- (Tirapu et al., 2004).
- (Bononato, 2003).
- (U.S. Food and Drug Administration 2009).
- (Dr. Mercola 16 de Junio 2012).
- (Laura Jurkowski 2009 directora de un centro de ciberdependencia).
- (joselynblogs,4 de septiembre de 2011).
- (Volkow ND, Tomasi D, Wang GJ, et al. Effects of cell phone radiofrequency signal exposure on brain glucose metabolism. *JAMA* 2011).

- (Ahlbom A, Green A, Kheifets L, et al. Epidemiology of health effects of radiofrequency exposure. *Environmental Health Perspectives* 2004).
- María Paz De La Puente - nuevas adicciones.
- (Alfredo Ávalos 24 de julio 2015, vive usa).
- (Ley de tránsito, transporte terrestre y seguridad vial).
- Health Effects of Electromagnetic Radiation Dr. Andrei N. Tchernitchin,* Rubén Riveros*
- (*Laura Jurkowski 2009 directora de un centro de ciberdependencia*).
- (Jurkowski, 2012).
- (Comercio ElDiario, noticias, Andres Andrade 10 de Enero del 2012).
- Dr. Andrei N. Tchernitchin,* Rubén Riveros* Mag.Ing. Victor Cruz Ornetta

Contenido Online Bibliográfico:

- <http://www.cancer.gov/espanol/cancer/causas-prevencion/riesgo/radiacion/hoja-informativa-telefonos-celulares>
- http://www.larazon.es/historico/6785-nomofobia-la-enfermedad-que-quizas-padece-y-no-lo-sabe-MLLA_RAZON_436328#Ttt1RJ7gFYRxyuia
- http://www.psicologia-online.com/autoayuda/adiccion-movil/adicion_telefono.shtml
- <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/204994-celular-al-volante-peligro-constante/>
- <http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Ley-Transporte-Terrestre-Transito-Seguridad-Vial-2.html>
- <http://www.monografias.com/trabajos62/telefonía-celular-medio-comunicacion-masivo/telefonía-celular-medio-comunicacion-masivo2.shtml>
- <http://malusodelatecnologiaysusconsecuencias.blogspot.com/2011/09/el-telefono-celular-un-buen-aliado-del.html>

009. ESTUDIO DE TÉCNICAS DE MINERÍA DE DATOS APLICADAS EN ANÁLISIS DE INFORMACIÓN DE PROCESOS EDUCATIVOS

Autor:

Vilma Álvarez Intriago

Master en Administración de Empresas

Ingeniera en Computación

Institución: Universidad Espíritu Santo - Ecuador Cargo en

la Institución: Docente de tiempo completo Email:

vkalvarez@uees.edu.ec

RESUMEN

Las técnicas de minería de datos hoy en día son herramientas tecnológicas válidas aplicadas a grandes repositorios de datos a fin de encontrar respuestas a situaciones que no se determinan a simple vista. Las organizaciones en general se apoyan en la tecnología para mejorar sus procesos buscando un buen posicionamiento en el mercado a través de decisiones oportunas y acertadas. En este artículo se analiza la aplicación de diferentes técnicas de minería de datos en distintas situaciones del entorno de Instituciones de Educación Superior-IES a fin de observar cuál de ellas es la más utilizada obteniendo resultados favorables. Se consideraron 5 casos, en los cuales se buscaron soluciones a diferentes interrogantes a través de la aplicación de minería de datos. Se establece al final de este análisis que la técnica más utilizada es la técnica predictiva de algoritmos la cual se utilizó en 4 de los 5 casos obteniendo datos favorables para cada una de ellas.

Palabras Clave: KDD, Minería de datos, procesos educativos.

ABSTRACT

The data mining techniques today are valid technological tools applied to large data repositories to find answers to situations that are not determined by the naked eye. Organizations generally rely on technology to improve its processes for a good

market position through timely and accurate decisions. In this paper the application of different data mining techniques in different situations of environment-IES Institutions of Higher Education to see which one is analyzed is most often used to obtain favorable results. 5 cases in which different solutions to questions through the data mining application is considered searched. It is set at the end of this analysis the most used technique is predictive algorithms technique which was used in 4 of the 5 cases obtaining favorable for each data.

Keywords: KDD, Data Mining, educational processes.

1. INTRODUCCIÓN

A fines del siglo XX, las empresas comenzaron a concientizarse de la importancia de la información en todos los ámbitos que se desenvuelve un ser humano. Al necesitar mantener integra esta información aparece la tecnología necesaria para proteger esta información tan valiosa que ayuda a un individuo como a una organización a ser más competitivo y a posicionarse en un nivel jerárquico alto. Hoy en día se sabe que la empresa que no tiene en apoyo de la tecnología en sus procesos no sobrevive en un entorno donde la información oportuna permite tomar una buena decisión.

Por otro lado, al necesitar tomar decisiones en base a un histórico de información aparece el término de inteligencia de negocios que es el análisis e interpretación inteligente de datos en una empresa que puede determinar su competitividad en el mercado. Para realizar dicho análisis primeramente se requiere tener un almacenamiento de datos histórico en un repositorio llamado Datawarehouse, en el cual se encuentra toda la información transaccional e histórica que servirá para realizar informes resumidos de acuerdo a criterios establecidos. Todo esto, a fin de supervisar, controlar y así establecer correctivos en caso de que sea necesario o por otro lado, buscando patrones de comportamiento que ayuden a disipar dudas acerca de hechos acontecidos. Es entonces, que surge la Minería de datos con técnicas para hurgar información en este gran almacenamiento de datos y encontrar grupos de información con similares características que dé una explicación a acontecimientos que sean difíciles de descifrar. En todas líneas de negocios inclusive en el sector educativo existe la necesidad de encontrar factores que nos indiquen porque no están llevándose a cabo los objetivos propuestos y cuál sería el camino a seguir para llegar a los mismos. El presente artículo tiene como objetivo realizar un estudio para encontrar que técnica de minería de datos se aplica más en situaciones del entorno educativo con resultados exitosos.

2. DESARROLLO

En esta primera sección se describirá los conceptos de Descubrimiento de conocimiento en Base de Datos y Minería de Datos, así como también la descripción de cada técnica de minería de datos que puede ser utilizada para encontrar resultados en determinadas interrogantes que se dan en el sector educativo.

2.1.- Almacén de Datos - Datawarehouse

De acuerdo a Jadhav & Shinde (2012), un almacén de datos es una colección de piezas claves de información que se utilizan para gestionar el negocio y sobrevivir en el entorno competitivo actual; que están disponibles para consultas y análisis de información. Para dicho almacén, los datos y la información son extraídos recursos heterogéneos y consolidados en una sola fuente siendo mucho más fácil y eficiente consultar los datos

Según Lebdaqui, Orhanou, & El Hajji (2013), los almacenes de datos reúnen datos que vienen de diversas fuentes de datos heterogéneas en un solo repositorio integrado que tienen alimentación periódica, utilizado para la toma de decisiones acertadas. Así mismo Jorg & Dessloch, (2009) afirma que el almacenamiento de datos es un enfoque importante para la integración de datos que están dispersos a través de múltiples fuentes heterogéneas que se integran en un sistema de base de datos central a la que se refiere como almacén de datos y que se desarrolla en tres etapas: Extracción, transformación y carga.

2.2.- Descubrimiento de Conocimiento en un almacén de Datos

Según Azoumana (2013) la minería de datos es una etapa de un proceso que ayuda a la identificación de conocimiento en un Datawarehouse, hoy llamado descubrimiento de conocimiento en base de datos - KDD. Esta etapa consiste en un proceso no fácil en la que se busca identificar patrones efectivos con algún grado de validez, interesantes y potencialmente útiles sobre un grupo de datos, esto es, el objetivo es encontrar conocimiento útil, importante y nuevo sobre una determinada actividad (Ballesteros, Sánchez y García, 2013).

La Figura 1 ilustra los componentes del proceso esquemático de la Minería de Datos que incluyen la identificación del problema, la selección de datos, su depuración, la transformación y aplicación del método de descubrimiento: minería de datos a utilizar y la interpretación de los patrones obtenidos o análisis de resultados (Azoumana, 2013).

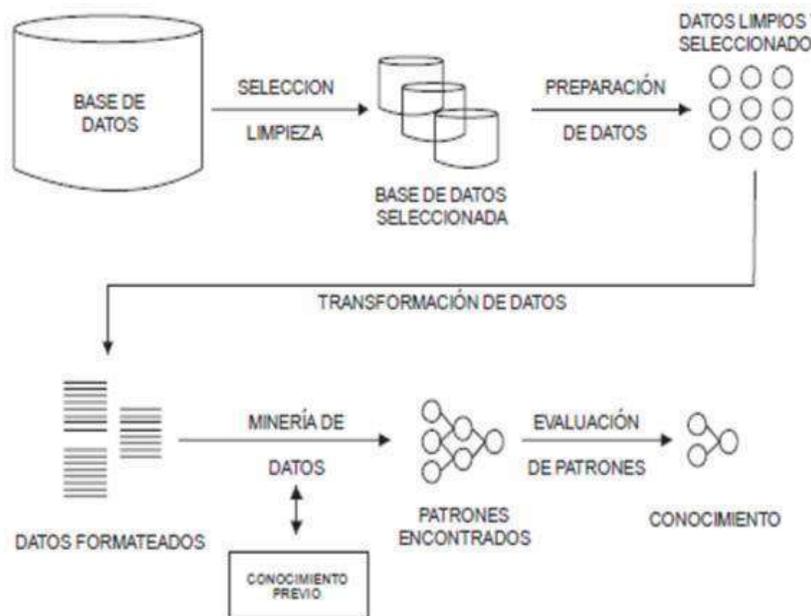


Figura 1. Proceso esquemático de la Minería de Datos aplicada a una base de datos en General
Fuente: Azoumana (2013)

2.3 Inteligencia de Negocios

De acuerdo a Rosado Gómez & Rico Bautista (2010) La Inteligencia de Negocios Business Intelligence - BI es una herramienta bajo la cual diferentes tipos de organizaciones, pueden soportar la toma de decisiones basadas en información precisa y oportuna; garantizando la generación del conocimiento necesario que permita escoger la alternativa que sea más conveniente para el éxito de la empresa. Esto se logra mediante el uso de metodologías, aplicaciones y tecnologías que permiten reunir, depurar, transformar datos, y aplicar en ellos técnicas analíticas de extracción de conocimiento.

Según Ahmad & Quadri (2012) los sistemas de inteligencia empresarial se combinan entre datos operativos e históricos con herramientas analíticas para presentar valiosa y competitiva información a los planificadores de negocios y tomadores de decisiones. Es por esto, que el objetivo de la inteligencia de negocios es mejorar la oportunidad y calidad de la información, y permitir que los gerentes sean capaces de entender mejor la posición de su empresa como en comparación con los competidores, por ello se puede utilizar para ayudar a los analistas y gestores de determinar qué ajustes son los más propensos a responder a las cambiantes tendencias.

Herramientas y Técnicas de Inteligencia de Negocios

De acuerdo a Aranibar (2003), si los sistemas son independientes y no están interlazados entre sí, hay más probabilidad que la información no sea de calidad o no se posea una información integral de todos los procesos por lo tanto hay más probabilidad que las decisiones tomadas sean inconsistentes o que tengan la apariencia de ser correctas pero en realidad no lo son; obteniendo perjuicios para la empresa.

Por otro lado, la integración necesitada entre todos los datos de diversas fuentes es posible utilizando herramientas técnicas y conceptos que han emergido con rapidez hoy en día. Entre estas técnicas tenemos: la administración de repositorios de datos *Data Warehousing*, la minería de datos *Data Mining* y el procesamiento analítico en línea *On-line Analytical Processing* (OLAP).

A continuación la figura 2 muestra un enfoque global de las herramientas y técnicas de Inteligencia de negocios

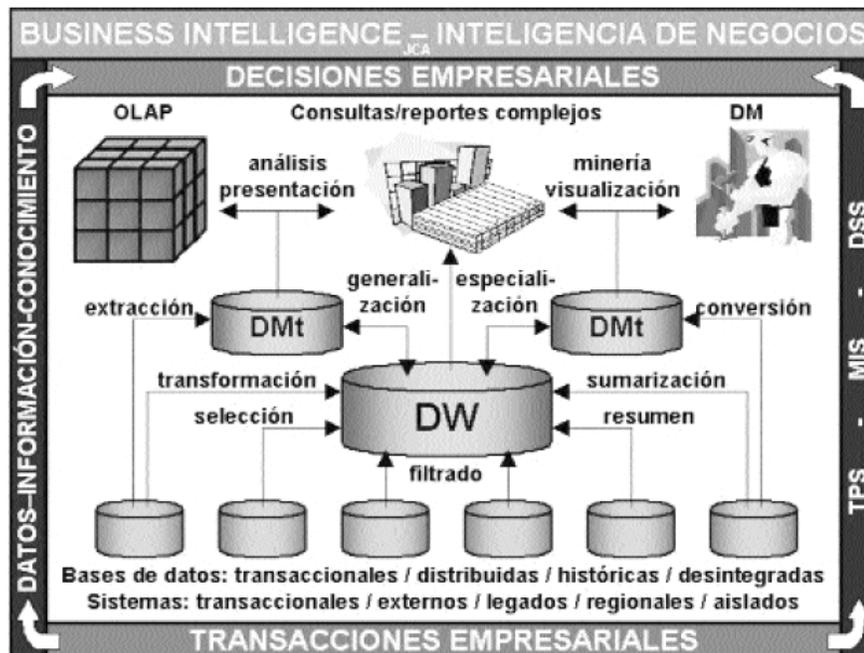


Figura 2.- Herramientas y técnicas de Inteligencia de Negocios
Fuente: Aranibar (2003)

2.4.- Minería de Datos

La Minería de Datos o Data Mining según Lorenzo-Montero, (2008) es un proceso que identifica nuevas y significativas conexiones, patrones y tendencias al analizar grandes volúmenes de datos. Por otro lado, según Azounama (2013) es el proceso de extracción de información no conocida, efectiva y útil de extensos almacenes de datos y el uso de la información para tomar decisiones relevantes de negocios.

La minería de datos emplea técnicas como agrupamiento, clasificación, asociación u detección de patrones, que pueden ser aplicadas para la solución de diversos problemas, sus herramientas ayudan a predecir tendencias y comportamientos de datos, ayudando a tomar decisiones acertadas (Azounama,2013).

De acuerdo a Weiss & Indurhya (1998), la minería de datos tiene muchas áreas de aplicación entre las cuales tenemos: comercio y banca, medicina y farmacia, seguridad y detección de fraude, recuperación de información no numérica, Astronomía, Geología, Ciencias Ambientales, Ciencias sociales. Hoy en día la Minería de Datos posee una serie de algoritmos que se pueden aplicar al mundo real. No obstante, las técnicas de minería de datos todavía están limitadas por bases de datos simples, donde los datos no contienen atributos de texto o imágenes y no atributos numéricos o simbólicos, conteniendo datos que se preparan para un objetivo específico.

2.5. Técnicas de Minería de Datos

Según Giraldo, León y Gómez (2013) con el fin de analizar los datos y descubrir conocimiento sobre ellos, la minería de datos emerge como un campo de investigación interdisciplinario de áreas como bases de datos, inteligencia artificial, aprendizaje de máquina, estadística, entre otros. Por otro lado, Azounama (2013) afirma que las técnicas de minería de datos se encuentran en continua evolución como resultado de la colaboración entre campos de investigación tales como bases de datos, reconocimiento de patrones, inteligencia artificial, sistemas expertos, estadística, visualización, recuperación de información, y computación de altas prestaciones. A continuación en la Tabla 1 se detalla la clasificación de las técnicas de Minería de Datos.

En este sentido, uno de los conceptos más importantes relacionados con las técnicas KDD y la minería de datos es el concepto de aprendizaje automático o machine learning, un área cuyo objetivo es desarrollar modelos computacionales capaces de inducir conocimiento a partir de datos. Entre los principales modelos o algoritmos de aprendizaje automático están aquellos denominados de caja negra, como pueden ser las Redes Neuronales Artificiales, y métodos orientados hacia el conocimiento, como los Árboles de Decisión o las Reglas de Asociación.

Tabla 1: Clasificación de las técnicas de Minería de datos

Técnicas de Minería de Datos	Predictivas	Regresión	Descubrimiento
		Análisis de la Varianza y covarianza	
		Métodos bayesianos	
		Algoritmos genéricos	
		Árboles de decisión	
		Redes Neuronales	
	Descriptivas	Asociación	
		Dependencia	
		Reducción de la dimensión	

Fuente: Azoumana, 2013

De acuerdo Weiss y Indurkha,(1998) las técnicas de minería de datos se clasifican en supervisados o llamados predictivos y no supervisados o llamados descriptivos.

Según Azounama(2013) para escoger una técnica de Minería de Datos se considera: Habilidad para manejar con ruidos, habilidad para manejar datos perdidos, Procesamiento de grandes volúmenes de datos, Escalabilidad, capacidad predictiva, Facilidad de operación, complejidad de implementación, inserciones a la base de datos, tiempo de ejecución y rendimiento.

Sin embargo, en muchas ocasiones se necesita un software que ayude en la aplicación de la Minería de Datos. Según Ferrari, Santiago y Mariño (2014) existen una diversidad de herramientas de software desarrolladas bajo licencia GPL (Licencia Pública General) que se utilizan para ese objetivo, entre cuales se puede mencionar: WEKA, RapidMiner, Tanagra, Pentaho, Kxen, Orange, SSPS Clementine, Statistica.

A continuación en la figura 3, se muestra la clasificación y relación entre los diferentes algoritmos de Minería de Datos.

Minería de Datos

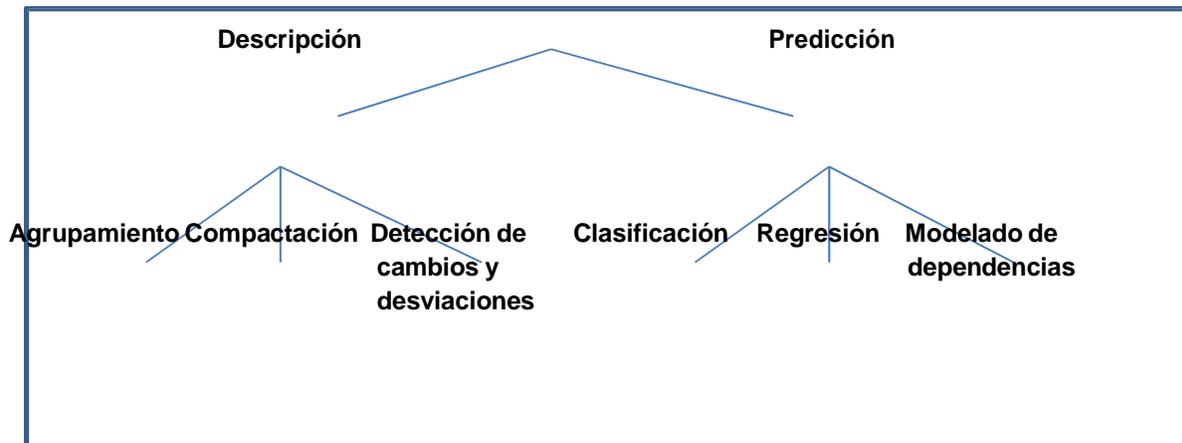


Figura 3.- Clasificación y relación entre los diferentes algoritmos de Minería de Datos
Fuente: Ballesteros Román, Sánchez-Guzmán, & García Salcedo (2014)

Las Instituciones de Educación Superior son entidades sin fines de lucro que buscan mejorar su calidad de servicio y por tanto necesitan mejorar sus procesos. Para esto, buscan identificar anomalías que existan en la realización de sus actividades que inciden directa e indirectamente en entes que participan en los procesos académicos y administrativos que permite el crecimiento de la Institución.

En este artículo se analizan 5 situaciones en el entorno educativo donde se han aplicado técnicas de minería de datos a fin de encontrar resultados que les permitieron conocer, observar lo que estaba sucediendo, tomando correctivos si fuera necesario. A continuación se describen los estudios realizados:

1.- Estudio de Deserción Estudiantil

En la Universidad de Simón Bolívar para determinar los principales factores de deserción estudiantil se utilizó la técnica de minería de datos llamada algoritmo de clasificación apoyándose en el software libre WEKA, interpretando los resultados con el 94% de margen de confianza. Se determinó que la principal causa de deserción es el factor indeterminado. Así como también se analizaron otras causas de deserción encontradas cuando se aplicó la técnica de minería de datos (Azoumana, 2013).

2.- Estudio de la Selección de una de las Cuatro Licenciatura que ofrece la División de Sistemas

De acuerdo a Villanueva, Ronzón y Luna (2014), se pueden descubrir elementos que influyen en los alumnos al momento de seleccionar una de las cuatro Licenciaturas que

ofrece la División Académica de Informática y Sistemas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.

En este estudio se aplica la técnica de algoritmo de clasificación Regresión Lineal en el proceso de Minería de Datos. Para ello se realizaron cada una de las etapas del proceso iniciando con la depuración de los datos y luego dividiendo la base de datos para el mejor análisis y aplicando pruebas. Encontrando patrones de comportamiento y así teniendo resultados exitosos.

3.- Búsqueda de la Calidad de Aprendizaje en Instituciones Educativas.

De acuerdo a Dima, Urdaneta, Sosa, Esperón y López De Luise (2012) en este estudio se utiliza una técnica de exploración llamada método de clasificación bietápico. Con ella, se pueden descubrir conglomerados o agrupaciones naturales, a fin de construir los perfiles de estudiantes con características similares.

A partir de esta técnica se pueden encontrar no solo patrones válidos sino analizar los datos para poder realizar evaluaciones que den lugar a representar los errores en las producciones de los estudiantes.

4.- Minería de Datos Educativos en Plataformas Virtuales de Aprendizaje Musical

En el estudio realizado por Espigares, García (2011) se muestra cómo se comportan los datos durante el proceso de enseñanza-aprendizaje en entornos de educación online, monitoreando actividades para optimizar su funcionamiento, corregir deficiencias en el aprendizaje y determinar comportamientos en grupos de actividad y así mejorar el diseño de las actividades de enseñanza-aprendizaje online.

Para ello utiliza el análisis de conglomerados o tipo clúster, elaboración de gráficas de mallas y reglas predictivas a partir del comportamiento de los datos registrados. Dando resultados que indican las actividades que más registros han acumulado, y con ello la información necesaria para tomar decisiones.

5.- Un Estudio sobre los Componentes Pedagógicos de los Cursos Online Masivos

Profesores de la Universidad de Vigo - España realizan un estudio para averiguar que componentes pedagógicos posee la actual oferta de Cursos Online Masivos- MOOC en lengua hispana. Realizaron una investigación en 10 plataformas diferentes de tipo exploratoria y secuencial, cogiendo como muestra 117 cursos.

Raposo-Rivas, Martínez-Figueira y Sarmiento (2015) realizan análisis de contenidos y estadísticos complementados con algoritmos propios de la minería de datos, dando como resultado que los MOOC se orientan en cinco características: las actividades y tareas, los recursos, la evaluación, la interactividad y el aprendizaje.

A continuación se expone la tabla 2, la cual muestra un cuadro resumen de los 5 casos en los que diferentes Instituciones de Educación Superior utilizan las técnicas de Minería de Datos para encontrar resultados de interrogantes que no se pueden evidenciar a simple vista sino con descubrimiento de conocimientos en base de datos – KDD. En esta tabla se observa la problemática a solucionar, la técnica de minería de datos aplicada y los resultados obtenidos (Giraldo, León y Gómez, 2013).

Tabla 2.- Aplicación de técnicas de minería de datos en procesos educativos

No. Caso	TEMA DE ESTUDIO	TÉCNICA DE MINERÍA DE DATOS UTILIZADA	RESULTADO
1	Identificar causas de deserción estudiantil	Técnica Predictiva: Algoritmo de clasificación	Se determinaron con una confianza de 94% las principales causas de deserción estudiantil
2	Identificar los factores que influyen en los estudiantes, al momento de seleccionar una de las cuatro Licenciaturas que ofrece la División Académica de Informática y Sistemas	Técnica de Predicción de Regresión Lineal de la Herramienta Weka	Se determina los tres principales motivos influyentes en los alumnos de nivel medio superior de carácter público.
3	Determinar posibles factores ajenos a los académicos que puedan interferir de manera positiva o negativa en la calidad del aprendizaje de estudiantes universitarios del área de Matemáticas.	Se emplea el método de clasificación bietápico el cual es una herramienta de exploración diseñada para descubrir las agrupaciones naturales (o conglomerados) de un conjunto de datos que, de otra manera, no sería posible detectar.	Se visualiza la diferencia en el desempeño académico respecto de los ejercicios de modelización refleja cierta dificultad en la asimilación de los conceptos de modelizado. También se observa un bajo rendimiento generalizado.
4	Evaluar el uso de plataforma virtual de aprendizaje diseñada ad hoc para la Educación Musical.	Técnicas exploratorias, gráficas y clasificatorias. Las más relevantes y significativa sobre el comportamiento de los datos: modelo K-medias (uso de conglomerados o clusters), gráficos de Malla y modelo predictivo A-priori.	Los resultados muestran que las actividades que más registros han acumulado han sido de tipo exploratorio, donde se han reflejado la mayor parte de los aprendizajes musicales del alumnado.
5	Componentes pedagógicos de los cursos online masivos	Técnica predictiva: Algoritmos de minería de datos	Se determinaron 5 aspectos fundamentales en los diseños pedagógicos en los cursos online. Así como también una serie de indicadores que orientan a la pedagogía de futuros cursos online abiertos.

Fuente: La autora

Por lo anteriormente descrito en los 5 casos, se evidencia que en los casos 1,3,4 y 5 la técnica utilizada fue la Predictiva aplicando algoritmos de clasificación.

De acuerdo a Azounama (2013), la técnica de algoritmos utilizada en minería de datos descubre patrones válidos, es por ello que la considera más eficiente que el análisis dirigido a la verificación de datos en almacenes de gran volumen de datos y con alta

complejidad.

Muchos algoritmos de minería de datos han sido planteados en la literatura; sin embargo, el agrupamiento (clustering) ha recibido mucha atención dado que puede ser utilizado en numerosas aplicaciones tales como segmentación de clientes, marketing entre otros.

El agrupamiento es una técnica de aprendizaje no supervisada que a partir de un conjunto de n datos no etiquetados trata de clasificarlos en uno o más grupos de objetos similares, donde la similitud entre los objetos es frecuentemente definida utilizando alguna medida de distancia o función objetivo (Giraldo, León, & Gómez, 2013).

3. CONCLUSIONES

Concluyendo sobre el marco teórico, podemos afirmar que existen diferentes clasificaciones de técnicas de minería de datos: predictivas y descriptivas, cada una de ellas con aplicaciones diferentes pero buscando el mismo fin, el cual descubrir información relevante para buscar comportamientos similares, estableciendo en algunas situaciones tendencias, análisis de riesgos entre otras.

La minería de datos al aplicarse en una base de datos de gran volumen permite evidenciar situaciones que no son posibles descubrirlas con un simple análisis, sino que necesita técnicas especiales que ayudan a responder a interrogantes complejas. El análisis en la búsqueda de la técnica de minería de datos más utilizada en actividades educativas fue la técnica predictiva de algoritmo ya que se la utilizó en 4 de los 5 casos de estudio de este paper,, dando resultados exitosos a interrogantes que no se responden sin un análisis preciso de datos.

Por ello el análisis del paper, se limitó al no tener situaciones académicas iguales en diferentes universidades con distintas aplicaciones de técnicas de minería de datos y así realizar comparaciones más exactas con datos similares.

Queda abierto el estudio de diferentes software que ayudan a aplicar las diferentes técnicas de minería de datos.

Referencias Bibliográficas

Ahmad, R. K., & Quadri, S. (2012). Business Intelligence: an integrated approach. *Business Intelligence Journal*, 64-70.

Araníbar, J. (2003). Inteligencia de Negocios. *Revista Ciencia y Cultura*, 95-101.

Azoumana, K. (2013). Análisis de deserción estudiantil en la Universidad Simón Bolívar, facultad Ingeniería de Sistemas, con técnicas de minería de datos. *Pensamiento Americano*, 41-51.

Ballesteros Román, A., Sánchez-Guzmán, D., & García Salcedo, R. (2014). Minería de datos educativa: Una herramienta para la investigación de patrones de aprendizaje sobre un contexto educativo. *Lat. Am. J. Phys. Educ.*, 662-668.

Dima, L., Urdaneta, R., Sosa, G., Esperón, G., & López De Luise, D. (2012). Búsqueda de la calidad del aprendizaje mediante herramientas de Inteligencia Artificial. *Ciencia y Tecnología*, 57-72.

Espigares Pinazo, M. J., & García Perez, R. (2011). Minería de datos educativos en plataformas virtuales de aprendizaje musical. *Revista Electrónica de LEEME (Lista Electrónica Europea de Música en la Educación)*, 1-17.

Ferrari, A., Santiago, I., & Mariño, S. (2014). Guía de evaluación de la usabilidad para herramientas de minería de datos. *No Solo Usabilidad*, No. 13, 1-8.

Giraldo, F., León, E., & Gómez, J. (2013). Caracterización de flujos de datos usando algoritmos de agrupamiento. *Tecnura*, 1-15.

Jadhav, S., & Shinde, S. (2012). Datamining and Datawarehousing. *World Research Journal of Computer Architecture*, 16-18.

Jorg, T., & Dessloch, S. (2009). Near Real-Time Data Warehousing Using State-of-the-Art ETL Tools. *BTW*, 327-346.

Lebdaqui, I., Orhanou, G., & El Hajji, S. (2013). Data Integrity in Real-time Datawarehousing. *Proceedings of the World Congress on Engineering 2013 Vol III*.

Lorenzo-Montero, J. (2008). Minería de datos. *Técnicas y Procedimientos*, ISBN: 978-84-97324922.

Raposo-Rivas, M., Martínez-Figueira, E., & Sarmiento Campos, J.-A. (2015). Un estudio sobre los componentes pedagógicos de los cursos online masivos. *Revista Científica de Educomunicación*, 27-35.

Rosado Gómez, A. A., & Rico Bautista, D. W. (2010). Inteligencia de Negocios: estado del arte. *Scientia et Technica* , 322-326.

Villanueva, M., Ronzón, J., & Luna, J. (2014). Factores de elección de licenciaturas en la División Académica de Informática y Sistemas (DAIS) aplicando minería de datos. *Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 41-49.

Weiss, S., & Indurhya, N. (1998). *Predictive Data Mining. A practical Guide*. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers.

010. ANÁLISIS MULTIVARIANTE DE LA INCLUSIÓN SOCIAL EN LOS ADULTOS MAYORES DEL CANTON POSORJA.

Autores:

Ing. Juan Calderón Cisneros.Msc¹

Universidad Tecnológica ECOTEC
jcalderon@ecotec.edu.ec

Ing. Bolívar Duchi Ortega²,

Universidad Tecnológica ECOTEC
bolivardvicerrectorsdg@gmail.com

Resumen

Objetivo: Identificar en forma integral al adulto mayor, que contribuya a mejorar la calidad de vida mediante la aplicación de estrategias de educación y promoción de la salud y beneficio gubernamentales. Promover la inserción comunitaria, así como del grupo familiar para lograr el fomento de la autonomía y la autoestima del adulto mayor. **Métodos:** se estudió un universo compuesto por personas de ambos sexos, de 60 años y más, 150 Adultos Mayores de la Parroquia Posorja, Data de Posorja, para la investigación se analizó como variable dependiente la autopercepción de salud. Se realizó análisis bivariado y multivariado. **Resultados:** Finalmente la población comprendida entre los 65 a 90 años representó en el 2010 el 35,9% del total poblacional, es decir hubo variación ahora está en el 56,6% de la muestra obtenida; éste grupo generacional hace referencia a la tercera edad, a quienes las políticas públicas deben favorecer con mejores programas de salud, y con la generación de espacios de esparcimiento y cuidado de los adultos mayores. En general la dinámica demográfica de Posorja presenta una pirámide estructurada, con una población expansiva, y con un gran número de jóvenes y adultos que favorecen la dinámica económica y productiva del territorio. En el análisis multivariado, se observó que la variable enfermedades crónicas fue la que tuvo mayor efecto en la autopercepción de salud. Otras variables predictores, fueron el apoyo recibido y la satisfacción con la vida. **Conclusiones:** el indicador autopercepción de salud resulta útil para medir el nivel de salud de una población.

PALABRAS CLAVES: análisis multivariante, inclusión social, adultos mayores

INTRODUCCION

La República del Ecuador es uno de los países de América Latina que ha entrado de lleno en transición demográfica a través del tiempo, pero los cambios socio económicos que se han desarrollado en el país no son uniformes en toda la sociedad, poniendo de manifiesto la diversidad interna que resulta de una desigual distribución de los recursos , y de la presencia de grupos sociales en diferentes etapas de la transición demográfica, que asociados a la pobreza, ruralidad y pertenencia étnica, se pone en evidencia las desigualdades de acceso a los servicios y a la atención adecuada. Sección séptima, Salud señala el Art. 32.- La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir (ramirez, 2015).

Finalmente la población comprendida entre los 65 a 90 años representó en el 2010 el 35,9% del total poblacional, es decir hubo variación ahora esta en el 56,6% de la muestra obtenida; éste grupo generacional hace referencia a la tercera edad, a quienes las políticas públicas deben favorecer con mejores programas de salud, y con la generación de espacios de esparcimiento y cuidado de los adultos mayores. En general la dinámica demográfica de Posorja presenta una pirámide estructurada, con una población expansiva, y con un gran número de jóvenes y adultos que favorecen la dinámica económica y productiva del territorio. (Luis, 2001).

METODOLOGÍA.

La ruta metodológica propuesta para el levantamiento de información socioeconómica, se basa en tres fases:

- Recopilación de información a partir de fuentes primarias (recolección de información en campo) y fuentes secundarias (instituciones públicas y privadas relacionadas con temas sociodemográficos, económicos y culturales) (Abal, 2008).
- Organización de la Información, a través del uso de indicadores que permiten caracterizar a la población en función de los datos cuantitativos y cualitativos recopilados de las diversas fuentes (Fisher, 2010)
- Tratamiento de la Información por tema o especialización propiamente dicha, consiste en la generación de una ruta y memorias técnicas que complementan la información del último censo (Hernández Mendo, 2003).

Posorja constituye una parroquia Rural pesquera, perteneciente al cantón Guayaquil, conformada como tal el 27 de junio de 1894, lo que la ubica como una de las parroquias más antiguas del país. Su economía se basa en la actividad turística y la industria procesadora de productos del mar.

ECONOMÍA LOCAL

- Los pobladores de la Isla Puna se dedican a la pesca artesanal cogida de concha, cangrejo y a la agricultura de ciclo corto de la chirimoya, ciruela y grosella.

TURISMO

- Posee unas encantadoras playas con una extensión aproximada de 2,5 Km donde se puede aprovechar para tomar un refrescante baño. Es un lugar apacible, destinado para el descanso.

COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

- La cobertura del servicio de agua salobre tratada es del 50%, mientras que el 30% de la población se abastece de agua dulce tratada o perforación de pozos, y el 10% de otras formas.
- No existe el servicio de alcantarillado.
- El suministro de energía eléctrica en la parroquia Puna, lo brinda la empresa CENEL, empresa que distribuye la energía recibida por medio de generadores. La cobertura del servicio en la cabecera parroquial es del 80% y el 20% de otros. Cabe indicar que en la cabecera parroquial se abastece las 24 horas y en otros recintos se genera por horas.

El proceso de recopilación es fundamental para el estudio, ya que las fuentes secundarias de información de carácter oficial, constituyen el insumo principal para la elaboración de memorias y productos cartográficos. Son varias las instituciones que generan información a nivel sociocultural y económico, de ahí que uno de los primeros pasos para la recopilación sea identificarlas y determinar qué tipo de información generan, en base a ello se realiza la selección de las fuentes cuya información sea relevante para el estudio. Dentro de este proceso se han llegado a identificar varias instituciones como fuentes de información relevante para el componente.

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), es la fuente principal dentro del proceso, ya que genera información censal sobre demografía, servicios básicos, migración, autoidentificación tanto a nivel alfanumérico como espacial (shapefiles), por lo que buena parte de la cartografía generada utiliza como insumo la información espacial de esta institución, mientras que los datos alfanuméricos son utilizados para la caracterización socioeconómica y cultural del cantón en las memorias técnicas.
- Sistema Integrado de Indicadores Sociales (SIISE), que constituye una fuente importante principalmente a nivel de memorias, ya que permiten conocer y tener una fuente de consulta sobre el cálculo de indicadores estadísticos en temas socioculturales y económicos a nivel Nacional.

- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), Secretaría de Pueblo y Nacionalidades, Banco Nacional de Fomento, Ministerio de Agricultura, entre otras. (Montejano Lozoya, R., Ferrer Diego, R. M., Clemente Marín, G., & Martínez-Alzamora, N. , 2013).

La importancia de la información demográfica radica en su funcional uso para la determinación y toma de decisiones en el ámbito de las políticas públicas. Autores como Brenda Yépez señalan que a partir de su interpretación (de la información de indicadores demográficos), “se puede conocer el comportamiento social y económico de los individuos. Se trata pues, por un lado, hacer evidente la importancia de la interconexión de las variables demográficas con cualquier otra dimensión social; y por otro, analizar cómo éstas pueden determinar de manera estructural el desempeño de la población” (Yépez, Módenes y López; 2007:32). Es decir, su uso contribuye a la formulación de estrategias para la concreción y alcance de objetivos subyacentes al desarrollo económico y social.

PRIMERAS CAUSAS DE MORBILIDAD L2

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	155	77,5	77,5	77,5
1	1	,5	,5	78,0
Neoplasia maligna del útero	1	,5	,5	78,5
Causas mal definidas	2	1,0	1,0	79,5
Resto de causas	41	20,5	20,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	

Los hospitales generales “brindan atención clínico -quirúrgica y ambulatoria en consulta externa, hospitalización, cuidados intensivos, cuidados intermedios y emergencias; con especialidades básicas y subespecialidades reconocidas por la ley...” (Acuerdo Ministerial 318). Para el caso de los puestos de salud se puede decir que son unidades médicas que prestar servicios de promoción y prevención de salud, primeros auxilios y actividades de participación comunitaria; el centro de salud por su parte ofrece servicios de prevención, promoción, recuperación de salud, servicio odontológico, emergencia, etc. éstas dos unidades médicas brindan atención durante 8 horas diarias. La diferencia entre el centro de salud y puesto de salud radica en la capacidad de atención es decir, el primero cubre hasta 10 000 habitantes mientras que el segundo puede atender a una población menor de 2 000 habitantes (Byrne, 2001).

DONDE ACUDE CUANDO TIENE UN PROBLEMA DE SALUD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	S/PUBLICA	127	63,5	63,5	63,5
	S/PRIVADA	1	,5	,5	64,0
	HOSPITAL	51	25,5	25,5	89,5
	MEDICO PARTICULAR	8	4,0	4,0	93,5
	SEGURO SOCIAL	10	5,0	5,0	98,5
	OTROS	3	1,5	1,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

En caso de que los pobladores presenten enfermedades graves éstos prefieren acudir a los hospitales de Guayaquil; ya que el servicio prestado por esta unidad de salud es más amplio. En general, la cobertura de salud dentro del cantón no es suficiente para cubrir la demanda existente pues existen factores físicos como accesibilidad vial (camino de verano en mal estado que empeoran en temporada invernal) que imposibilitan a poblaciones alejadas acceder a este servicio (Costello, 2005),

NOMBRE DEL CENTRO DE SALUD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Isabel Jurado de Estrada	59	29,5	29,5	29,5
	Centro Materno 24 HORAS	96	48,0	48,0	77,5
	IESS	16	8,0	8,0	85,5
	OTROS	29	14,5	14,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Otro de los inconvenientes que la población menciona es el limitado horario de atención que tienen las unidades de salud esto es de lunes a viernes, 8 horas diarias, la infraestructura de los centros de salud que se dice que no ofrece la comodidad necesaria para quienes esperan ser atendidos tal es el caso de los pobladores de la parroquia (Marsh, 2005)

Tabla de contingencia

Recuento

	PRIMERAS CAUSAS DE MORBILIDAD L1						Total
	OTROS	Diabetes Mellitus	Enfermedades cerebrovasculares	Neoplasia maligna de la próstata	Enfermedades hipertensivas	Enfermedades isquémicas del corazón	
EDAD ninguna	1	0	0	0	0	0	1
(65-70)	31	15	0	2	64	1	113
(71-80)	10	2	1	2	34	0	49
(81-90)	12	1	1	1	16	1	32
mas de 90	4	0	0	0	1	0	5
Total	58	18	2	5	115	2	200

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	23,178 ^a	20	,280
Razón de verosimilitudes	23,697	20	,256
Asociación lineal por lineal	,402	1	,526
N de casos válidos	200		

a. 23 casillas (76,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,01.

Medidas simétricas

	Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo R de Pearson	-,045	,076	-,633	,527 ^c
Ordinal por ordinal Correlación de Spearman	-,016	,075	-,221	,825 ^c
N de casos válidos	200			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

CONCLUSION

Este organismo expresa la existencia de una vinculación mutua entre la salud y los factores políticos, económicos, sociales, culturales y ambientales. El crecimiento económico es importante, sin embargo no es el único propósito o camino hacia el desarrollo por lo que la sanidad y su influencia en la calidad de vida de la gente es innegable; en síntesis, la salud constituye un indicador clave del desarrollo humano (Byrne, 2001).

Bajo éste preámbulo, la salud debería ser considerada como una inversión, que el Estado ejecuta para la construcción de infraestructura, ampliación física y de recursos humanos, extensión y mejoramiento cualitativo de los servicios de salud, dotación de insumos, medicamentos y sistemas sanitarios, entre otros.

Pero estos factores no son los únicos determinantes pues también implica cambios en el accionar diario de las personas, por lo que, practicar la Salud Preventiva es una opción básica y necesaria.

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2009–2013 impulsa la protección y seguridad social integral, la inclusión social y económica, atención integral de la salud, así como, el reconocimiento y el respeto a las diversidades socioculturales de las personas y grupos de atención prioritaria.

Esto se constata en el objetivo 1: Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad, y las políticas 1.1, 1.2, 1.3 y 1.6, y el objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población, y la política 3.4.

Para la protección de la población adulta y adultos mayores, el Estado ecuatoriano cuenta principalmente con la Ley del Anciano, la Ley Orgánica de Seguridad Social y la Ley Orgánica de Salud.

Bibliografía

- Abal, F. L. (2008). Aplicación del modelo logístico de dos parámetros en una escala de altruismo [Application of the two-parameter logistic model to the item analysis of an altruism scale. *Memorias de las XV Jornadas de Investigación*, 2, 453-454. .
- Byrne, B. M. (2001). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Costello, A. B. (2005). Best practices in Exploratory Factor Analysis: Four recommendations for getting the most from your Analysis. . *Practica Assessment, Research & Evaluation*, 10(7), 1-9.
- espinoza, I. r. (2015). municipio de guayaquil avaza con terminal terrestre . *revista municipio de guayaquil* , 13.
- Fisher, M. J. (2010). The Self-Directed Learning Readiness Scale fo Nursing Education revisited: A confirmatory factor analysis. . *Nurse Education Today*, 30(1), 44–48.
- Hernández Mendo, A. P. (1 de 03 de 2003). *Lecturas: Educación Física y Deportes*. Recuperado el 25 de 4 de 2016, de Intervención psicológica en deportistas con deficiencias visuales: <http://www.efdeportes.com/efd58/visual.htm>
- Luis, V. L. (2001). cetro de investigaciones estadísticas de guayaquil . *revista espol* , 7.
- Marsh, H. W.-T. (2005). Goodness of fit evaluation in structural equation modeling. En A. Maydeu-Olivares y J. *ontemporary psychometrics: A Festschrift to Roderick*, 275-340.
- Montejano Lozoya, R., Ferrer Diego, R. M., Clemente Marín, G., & Martínez-Alzamora, N. . (2013). Estudio del riesgo nutricional en adultos mayores autónomos no institucionalizados. *Nutrición Hospitalaria*,, 28(5), 1438-1446.

pesantes, t. (2014). Planteamiento de alternativa de compra de boletos en cooperativas del Terminal Terrestre de Guayaquil por medio de una aplicación móvil específica. *revista UCSG* , 5.

ramirez, j. (2015). informacion estadisticas sobre la demanda turistica nacional e internacional de guayaquil . *revista de municipio de guayaquil* , 14.

Salgado, A. (2015). estudio del impacto ambiental en la terminal terrestre de guayaquil .
eliconsul, 135.

011. INCIDENCIA DE LOS PERMANENTES ESFUERZOS COMPETITIVOS DEL SECTOR FARMACÉUTICO PARA INTRODUCIR NUEVOS PRODUCTOS AL MERCADO SOBRE LA BASE DE I&D, USO DE LAS TICS Y ENFOQUE CTS.

Autores:

M.Sc. Ángela Olivia Yanza Montalván, Ing. Mg.

Ingeniera en Sistemas Computacionales

Máster en Desarrollo de la Inteligencia y Educación

Magíster en Docencia y Gerencia en Educación Superior

Docente-Investigador angela.yanzam@ug.edu.ec Universidad de Guayaquil (Ecuador)

angela.yanza@cu.ucsg.edu.ec

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (Ecuador) Administradora de Sistemas

ayanza@labhq.com.ec

Laboratorios H.G., C.A. (Ecuador)

Dr. Mario González Arencibia mgarencibia@uci.cu

Universidad de Ciencias Informáticas, La Habana, Cuba

Dra. Roxana Cañizares González rcanizares@uci.cu

Universidad de Ciencias Informáticas, La Habana, Cuba

Dr. Orestes Febles Díaz ofebles@uci.cu

Universidad de Ciencias Informáticas, La Habana, Cuba

Resumen

Investigar sobre la ciencia es un objetivo que comparten disciplinas muy diversas como la Historia de la Ciencia, la Sociología de la Ciencia y la Filosofía de la ciencia; todas de larga tradición. En las últimas décadas se ha producido un incremento del interés por la tecnología y han proliferado también las reflexiones históricas, sociológicas y filosóficas sobre ella, las que toman en cuenta sus fuertes interacciones con la ciencia y con la sociedad. Los avances científicos y tecnológicos ocurren en la actualidad a un ritmo vertiginoso. La presente investigación resalta el enfoque de política, ciencia, tecnología y sociedad, el mismo que ha revolucionado la apreciación que se tiene del mundo y sus posibilidades, conocer a nivel mundial cómo el sector farmacéutico genera fuertes gastos para el control de la producción y comercialización realizando permanentes esfuerzos competitivos en el mercado globalizado para satisfacer con calidad las necesidades de los consumidores. Se conoce que el sector farmacéutico frecuentemente evoluciona y obedece a intereses científicos, pero a la vez se afronta a diferentes factores como el económico, el entorno y la necesidad de soluciones de TI. Constantemente las diferentes organizaciones públicas o privadas están expuestas a los constantes y apresurados cambios sociales cada vez más exigentes. La participación de las industrias para introducir los nuevos productos al mercado se basa en la teoría del I&D y el uso de las TICS.

Palabras clave: Diagnóstico situacional, industria farmacéutica, control de producción, procesos de fabricación, comercialización, I&D, TICS, CTS.

Abstract

Investigate science is a goal shared by many diverse disciplines as History of Science, Sociology of Science and Philosophy of Science; all long tradition. In recent decades there has been an increased interest in technology and have also proliferated historical, sociological and philosophical about her reflections, taking into account their strong interactions with science and society. Scientific and technological advances now occurring at a rapid pace. This research highlights the focus of politics, science, technology and society, it has revolutionized the appreciation we have of the world and its possibilities, known worldwide as the pharmaceutical sector generates strong cost control of production and marketing making permanent competitive efforts in the global market quality to meet the needs of consumers. It is known that the pharmaceutical sector often evolves and reflects scientific interests, but also is facing different factors such as economic, environment and the need for solutions. Constantly different public or private organizations are exposed to constant and hurried increasingly demanding social change. The participation of industries to introduce new products to market is based on the theory of R & D and the use of ICT.

Keywords: Situational diagnosis, pharmaceutical industry, production control, manufacturing processes, marketing, I&D, TICS, CTS.

Introducción

El potencial de la biotecnología para condicionar el desarrollo de áreas tan diversas como la medicina, la agricultura, la industria química y la farmacéutica explica probablemente el gran interés social que ha merecido en países como Estados Unidos, Alemania o Dinamarca (Moreno Muñoz & Iáñez Pareja, 1997). Investigar sobre la ciencia es un objetivo que comparten disciplinas muy diversas como la Historia de la Ciencia, la Sociología de la Ciencia, la Filosofía de la ciencia; todas de larga tradición. En las últimas décadas se ha producido un incremento del interés por la tecnología y han proliferado también las reflexiones históricas, sociológicas y filosóficas sobre ella, las que toman en cuenta sus fuertes interacciones con la ciencia y con la sociedad (Jover, 2007).

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (en adelante, TIC) forman parte de la cultura tecnológica que nos rodea y con la que se debe convivir. Amplían las capacidades físicas y mentales y las posibilidades de desarrollo social (Marqués Graells, 2008). Se incluye en el concepto TIC no solamente la informática y sus tecnologías asociadas, telemática y multimedia, sino también los medios de comunicación de todo tipo: los medios de comunicación social y los medios de comunicación interpersonales tradicionales con soporte tecnológico como el teléfono y el fax, entre otros.

La gran incidencia de las TIC en todos los ámbitos de la vida hace cada vez más difícil que se pueda actuar eficientemente prescindiendo de ellas. Sus principales aportaciones a las actividades humanas se concretan en una serie de funciones que facilitan la realización de trabajos que requieran de cierta información para realizarlo, un determinado proceso de datos y a menudo también la comunicación con otras personas.

Las principales aportaciones de las TIC están relacionadas con: El fácil acceso a una inmensa fuente de información, el proceso rápido y fiable de todo tipo de datos, los canales de comunicación inmediata, la capacidad de almacenamiento, la automatización de trabajos, la interactividad y la digitalización de toda la información (Hernández Ramírez, 2012).

Algunos autores, como Jorge Núñez Jover, plantean que:

“Tecnología es mucho más que una suma de aparatos cada vez más caros y sofisticados. La tecnología es una práctica social. La educación debería fundarse en la idea de que ciencia y tecnología son procesos sociales y no verdades y aparatos al alcance de todos” (Jover, 2007).

El enfoque general de Ciencia, Tecnología y Sociedad (en adelante, CTS) es de carácter crítico (respecto a las visiones clásicas de ciencia y tecnología donde sus dimensiones sociales son ocultadas) e interdisciplinar, donde concurren disciplinas como la Filosofía, la Historia, la Sociología de la Ciencia y la Tecnología, entre otras. En realidad el campo CTS es de una extraordinaria heterogeneidad teórica, metodológica e ideológica; el elemento que los enlaza es la preocupación teórica por los nexos de ciencia – tecnología – sociedad. La educación en CTS persigue precisamente cultivar ese sentido de responsabilidad social de los sectores vinculados al desarrollo científico-tecnológico y la innovación (Jover, 2007).

En la actualidad, las tendencias mundiales en CTS según el Informe Mundial sobre la Ciencia (UNESCO, 1996) se acentúan en la polarización del conocimiento, la ciencia y la tecnología. Se evidencian transformaciones de las políticas científicas y tecnológicas en busca de innovación y oportunidades estratégicas. Cada vez el esfuerzo científico y tecnológico descansa sobre los pilares de transnacionalización de la ciencia y la innovación. Se mantienen inversiones muy altas en I&D militares, mientras disminuye el dinero para la cooperación internacional y la investigación básica. Constitución de un nuevo modo de producción de ciencia y cambios en la percepción social de la ciencia.

La presente investigación se desenvuelve dentro de una problemática social que está presente en la realidad ecuatoriana principalmente en el sector farmacéutico, al presentarse en la mayoría de las organizaciones dedicadas a esta actividad el hecho de no disponer de herramientas tecnológicas que tributen en el seguimiento y control de los procesos de fabricación que se llevan a cabo, lo cual incide directamente en la calidad del producto que se oferta a un consumidor final o cliente. Sin lugar a dudas, se pueden mencionar como involucrados de este proyecto los laboratorios farmacéuticos, los consumidores, el gobierno, las Instituciones de Educación Superior (IES), los entes regulatorios (por ejemplo el Ministerio de Salud Pública), entre otros (*Ver Anexo N° 1 Matriz de involucrados del proyecto de investigación*).

Es notorio que se considera un problema científico, por cuanto la ciencia ayudará en la resolución del mismo. El nuevo contrato social de la ciencia se basa en una interrelación entre investigaciones de tipo básica, aplicada, desarrollo e innovación, considerando como participantes principales la sociedad,

los individuos y las organizaciones, generando un tratamiento transdisciplinar. La investigación permitirá hacer un análisis comparativo histórico y determinar indicadores que permitan mejorar la eficiencia en la toma de decisiones.

Para efecto de este trabajo, la línea fundamental de CTS es *innovación y desarrollo*, por cuanto se propone la creación de un modelo computacional para la gestión de toma de decisiones y automatización de los procesos de fabricación en la industria farmacéutica ecuatoriana, esto permitirá innovar procesos y tributar al desarrollo de la sociedad. Adicionalmente, se ve relacionado con otras líneas CTS como son: el *impacto económico* ya que se incidirá en la eficiencia de los procesos de fabricación y por ende permitirá a las organizaciones mostrarse más competitivas en el mercado. La línea CTS de *soberanía tecnológica* se cumple al presentar una propuesta con herramientas opensource lo que permite alinearse con las exigencias de las leyes del Ecuador. Incide indirectamente con la *biotecnología*, acorta la brecha tecnológica en la automatización de procesos dentro del país, permitirá fomentar un *componente ético* y sin lugar a dudas fortalecer los *valores* que se inculcan en la familia y que se consolidan con el paso del tiempo.

Es importante recalcar que el objetivo del proyecto de investigación doctoral se enfoca a contribuir en mejorar la eficiencia en la toma de decisiones y procesos de fabricación dentro de la industria farmacéutica considerando soluciones informáticas a nivel de software en un mediano y largo plazo. Se deja apertura para que en un futuro esta investigación pueda ser enfocada adicionalmente a nivel de hardware ya que este segundo requiere de una inversión elevada y que actualmente no se ajusta a las posibilidades de nuestra realidad ecuatoriana, sin embargo ese nuevo aporte ayudará a minimizar los riesgos en el trabajo a los que está sujeto un recurso humano.

A continuación se muestran algunos elementos que están inmersos en el proceso investigativo, los mismos que están íntimamente relacionados entre sí, y que manejan información sensible y relevante para el proceso. Cada uno de ellos aporta significativamente a la investigación; las empresas sean públicas o privadas son generadoras de investigación y desarrollo alineados con su actividad productiva o comercial, las universidades son orientadoras y fomentadoras de los procesos de investigación en diferentes escalas, el gobierno a través de sus políticas y leyes regulan las diferentes organizaciones con la finalidad de mantener un equilibrio y desarrollo sustentable, el medio ambiente quien es el inspector y juez de las consecuencias que originan las malas prácticas que realiza el ser humano, la sociedad que es el beneficiario o afectado directo de los resultados de la investigación.

Gráfico N° 1: Elementos importantes del proceso investigativo



Fuente: Investigadora
Elaboración: Investigadora

Desarrollo

1. **Introducción a los estudios en Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS)**

Hoy en día los estudios CTS constituyen una importante área de trabajo en investigación académica, política pública y educación (Jover, 2007). El sentido que se le concede a estos estudios también es diverso: unos autores parecen atribuirles sólo interés académico, otros le ven un lado práctico y tratan de utilizarlos con fines variados: como recursos de crítica social, como vehículo de renovación de los sistemas educativos, como fundamentos de políticas en ciencia y tecnología (Arencibia Morales, 2011).

Durante las últimas cuatro décadas el desarrollo de la cultura, la educación y la ciencia ha constituido una prioridad fundamental de muchos estados, por ejemplo el estado cubano. Esto se ha expresado no sólo en avances significativos en estos campos sino también en una cierta mentalidad y estructura de valores entre los profesionales, en particular los vinculados al campo científico – técnico y médico, donde el sentido de responsabilidad social está ampliamente extendido. La educación en CTS persigue precisamente cultivar ese sentido de responsabilidad social de los sectores vinculados al desarrollo científico tecnológico y la innovación (Arencibia Morales, 2011).

Para los efectos de la presente investigación se presentan las siguientes definiciones de *ciencia*, en base a la revisión bibliográfica realizada cronológicamente. Según (Agazzi, 1996) citado en la obra de (Jover, 2007) admite que en sus evoluciones la ciencia ha cambiado considerablemente, desde una ciencia basada en la contemplación, para luego orientarse al descubrimiento y finalmente, lo cual sería su rasgo contemporáneo, a la investigación. Posteriormente, Galileo desplaza la contemplación y la especulación sobre las esencias y promueve una racionalidad apoyada en la experimentación y el descubrimiento de las leyes matemáticas que están detrás de los fenómenos sensibles. Luego, Descartes promueve el experimento sobre eventos de la naturaleza. Hasta hace relativamente pocos años, a la pregunta “¿Qué es ciencia?” se respondía con frecuencia en los siguientes términos:

La ciencia es una forma de la conciencia social; constituye un sistema, históricamente formado, de conocimientos ordenados cuya veracidad se comprueba y se puntualiza constantemente en el curso de la práctica social. La fuerza del conocimiento científico radica en el carácter general, universal, necesario y objetivo de su veracidad (Ludin & Rosental, 2006).

En años más recientes, la definición en el Diccionario de Filosofía editado por I. T. Frolov, cuya primera edición data de 1980, colocaba énfasis en el aspecto “actividad”.

La ciencia es una actividad dirigida a la adquisición de nuevos conocimientos sobre la naturaleza, la sociedad y el pensamiento, que incluye todas las condiciones y elementos necesarios para ello: los científicos con sus conocimientos y capacidades, calificación y experiencia; la división y la cooperación en el trabajo científico; las instituciones científicas con su equipamiento; los métodos de trabajo de investigación científica, el aparato conceptual y categorial y el sistema de información científica, así como toda la suma de los conocimientos existentes, que constituyen la premisa, el medio o el resultado de la producción científica. Estos resultados pueden ser también una forma de la conciencia social (Ortiz, Verdecia, Alonso, Cano y López, & Rodríguez, 2002).

Existen diferentes posturas con respecto a la definición de ciencia y a medida que el medio y la sociedad evoluciona los conceptos se van modificando y ajustando a esa nueva realidad. Una propuesta clara relacionada con ciencia es la que manifiesta (Jover, 2007) en su obra relacionada a CTS y menciona lo siguiente:

La actividad que denominamos ciencia se desenvuelve en el contexto de la sociedad, de la cultura, e interactúa con sus más diversos componentes. Al hablar de ciencia como actividad nos dirigimos al proceso de su desarrollo, su dinámica e integración dentro del sistema total de las actividades sociales. Desde esta perspectiva se promueve a un primer plano los nexos ciencia-política, ciencia-ideología, ciencia-producción, en general ciencia-sociedad. La sociedad es un conjunto pluridimensional donde cada fenómeno, incluso la elaboración de conocimientos, cobra sentido exclusivamente si se relaciona con el todo. El conocimiento aparece como una función de la existencia humana, como una dimensión de la actividad social desenvuelta por hombres que contraen relaciones objetivamente condicionadas.

El presente trabajo investigativo doctoral se enfoca a resolver una problemática social que se presenta en la mayoría de las industrias farmacéuticas ecuatorianas y cubanas, y que en su conclusión final aportará significativamente en mejorar la eficiencia en la automatización de los procesos de fabricación de productos farmacéuticos. Las características de un problema social se plantean en el siguiente esquema:

Gráfico N° 2: Estructura de los problemas sociales



Fuente: (Arencibia Morales, 2011)

Elaboración: (Arencibia Morales, 2011)

Todo problema social es un fenómeno que afecta a un grupo de personas en mayor o menor grado, generan perjuicios sociales que tienen un impacto negativo al suscitarse desviaciones de las normativas vigentes. Los problemas sociales se caracterizan por ser históricos es decir, que son diferentes a lo largo de la historia humana, es decir, que dependen de condiciones espacio-temporales. Son dinámicos por cuanto están en constante evolución por diversos factores económicos, políticos, culturales, entre otros. Son sociales por cuanto van más allá de una necesidad particular o individual. Surgen dentro de la estructura social, pertenecen a una realidad compleja con una configuración iterativa de causa-efecto, con presencia de aspectos objetivos y subjetivos.

Finalmente, la expresión “ciencia, tecnología y sociedad” (CTS) suele definir un ámbito de trabajo académico, cuyo objeto de estudio está constituido por los aspectos sociales de la ciencia y la tecnología, tanto en lo que concierne a los factores sociales que influyen sobre el cambio científico-tecnológico, cómo en lo que atañe a las consecuencias sociales y ambientales (García Palacios, et al., 2001). Pese al optimismo proclamado por el prometedor modelo lineal, el mundo ha sido testigo de la sucesión de desastres relacionados con la ciencia y la tecnología, el impacto ambiental que las generaciones han creado son irreversibles, razón por la cual el enfoque actual que se le da a la ciencia y tecnología en los diferentes proyectos de investigación está orientado a eliminar o mitigar los riesgos de daño a la biósfera.

2. Esfuerzos competitivos del sector farmacéutico para introducir nuevos productos al mercado sobre la base de I&D, uso de las TICs y enfoque CTS.

La industria farmacéutica está constituida por numerosas organizaciones públicas y privadas dedicadas al descubrimiento, desarrollo, fabricación, innovación y comercialización de medicamentos para la salud humana. Descubrir a menudo las élites económicas y políticas de los diferentes países es algo relativamente habitual en las industrias farmacéuticas ya que los productos que se comercializan han erradicado enfermedades tales como la varicela, lepra,

tuberculosis que en su momento causaron enormes impactos en la comunidad. Con la colaboración de industrias químicas, estudios científicos e innovación de productos se ha combatido el crecimiento de enfermedades a nivel mundial. No se debe dejar atrás las diferentes campañas publicitarias para la erradicación de algún padecimiento en los diferentes países del mundo.

La industria farmacéutica es uno de los cuatro sectores más lucrativos en la actualidad, dedica enormes recursos e influye en los medios de comunicación tales como la prensa escrita o visual alarmando a los espectadores sobre problemas generales tales como la osteoporosis, colesterol, diabetes, entre otros. La gran mayoría de compañías invierte grandes sumas de dinero en publicidad pagada en los medios dando a conocer los avances científicos e innovaciones de los diferentes fármacos. La mayor parte de las empresas farmacéuticas poseen carácter internacional y tienen filiales por todo el mundo.

A nivel internacional, el estado de la ética y el marketing en el sector farmacéutico no es el ideal. Según (Usma León, 2014) en su obra "*La sociedad reclama un mercado farmacéutico más ético*" muestra la problemática social colombiana del sector farmacéutico sobre la falta de ética, competencia desleal, conflictos de intereses y pérdida de vigencia de la visita médica. La intensidad competitiva como denominaba Porter a las cinco fuerzas que rigen la economía de mercado, pueden ser apreciadas claramente en el comportamiento del sector farmacéutico y las estrategias que se utilizan para competir en él, los proveedores establecen sus condiciones, los clientes disponen el intercambio, la amenaza constantes por la competencia, los costos y gastos, la identidad de la marca, los precios, entre otros (Carrillo, 2005). Entre los problemas que afronta la comercialización en el sector farmacéutico colombiano se consideran una serie de condiciones como lo es la cadena de abastecimiento: productor o comercializador (laboratorio farmacéutico), incluye al prescriptor (profesional de la salud), a los distribuidores (cadenas mayoristas) y a los dependientes de farmacia y finalmente al consumidor final (Usma León, 2014).

El trabajo doctoral no intenta solucionar este cúmulo de problemas sociales que se presentan en otros países, sino aporta directamente con la mejora en la toma de decisiones y automatización de los procesos de fabricación en las diferentes líneas farmacéuticas, con la finalidad de disminuir los gastos al interior de las organizaciones, para que de esta manera se pueda afectar positivamente a los consumidores finales ofreciéndoles productos de calidad mediante el acatamiento de las normativas que así lo exigen. Se intenta indirectamente fortalecer la cultura organizacional, concientizar en el impacto ambiental, lograr cambios de conducta en el personal a cargo de los procesos de fabricación y que comprendan la importancia del trabajo que realiza cada operario o individuo dentro del proceso de fabricación, para lo cual la tecnología será un complemento adicional que le dará facilidades.

Los valores con los que se establecen la misión y visión de la organización son su estructura o pilares fundamentales en su ejercicio, es necesario que la empresa sea consecuente, es decir, que lo que ha planteado entre el ser, sentir y hacer estén ligados, no es posible aunque sea una práctica generalizada mostrar lo que en realidad no se es, no hacerse responsables de los impactos medio

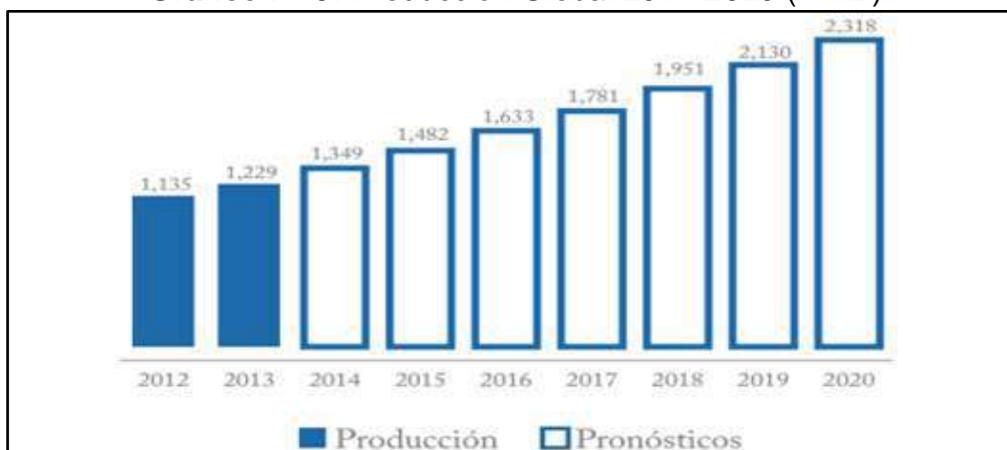
ambientales que pueden ocasionarse, de tal manera que se consolide una ética empresarial. Se espera que generaciones futuras tengan una sociedad más responsable y con un mercado ético, es el objetivo que se aspira.

Antecedentes en el ámbito mundial y nacional

KPMG Pharma Survey (2011) ha realizado un estudio sobre la situación de la industria farmacéutica en España, para ello primero ha identificado cual es la situación de la industria a nivel mundial, evaluando las tasas de crecimiento y la rentabilidad en comparación con cifras anteriores. Juan Iranzo, Marta Otero (2013) han investigado sobre las dificultades de la industria farmacéutica en España, donde analizan la industria farmacéutica en un contexto global, para luego enfocarse en la industria farmacéutica española y donde analizan cuales son los principales problemas de inversión en la industria.

A nivel global, en la industria farmacéutica su tasa de crecimiento y rentabilidad han disminuidos en comparación con otros años. Actualmente, la industria farmacéutica enfrenta grandes retos tiene que ser persistente y trascendental en el desarrollo de investigación, control de producción y medir sus beneficios según la aceptación de sus consumidores. Los fármacos a nivel internacional han incrementado su crecimiento tanto físicamente como en innovación de maquinaria y de productos. De la misma manera las medidas regulatorias han elevado sus requisitos y exigencias al momento de registrar nuevas medicinas.

Gráfico Nº 3: Producción Global 2014-2020 (MMD)



Elaboración: (García, 2014)

Fuente: <http://mim.promexico.gob.mx>

Mario Ayala (2014) ha realizado un estudio de sobre el mercado farmacéutico en el Ecuador, donde realiza un análisis actual de la industria farmacéutica frente al resto del mundo y cuáles son las expectativas de la industria con el apoyo del gobierno nacional. María Almeida (2012) en su estudio relacionado a medir aspectos socio económico de la industria farmacéutica en el Ecuador, con base en el marco legal vigente, ha analizado el impacto socio económico del sector farmacéutico en el Ecuador durante los años 2012-2014. La Asociación de Laboratorios Farmacéuticos Ecuatorianos (ALFE, 2013) ha realizado un estudio con respecto a la industria Farmacéutica en el Ecuador, donde se analiza en cifras como se está preparando la industria farmacéutica ecuatoriana para hacer

frente al mercado nacional e internacional. El autor (García, 2014) presenta la producción de la industria farmacéutica a nivel mundial considerando los años 2013 y 2014 en miles de millones de dólares y presenta el pronóstico de la producción para los años 2015 hasta el año 2020 (Ver Gráfico N° 3).

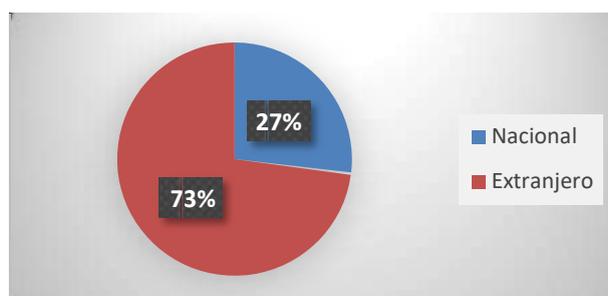
Situación Diagnóstica Ecuatoriana

Para cumplir con el objetivo de conocer la situación actual en la industria farmacéutica a nivel mundial y del Ecuador se realizó una investigación documental exploratoria vinculada a los conceptos de interés relacionados con el objeto y campo de acción de la investigación. Entre las tareas realizadas se mencionan: estudios de la base de investigación y desarrollo, comercialización, control de la producción y publicidad de la industria farmacéutica en el mundo y Ecuador. Además, se desarrolló una investigación de campo en las empresas ecuatorianas con el fin de conocer la cadena de valor de negocio (Ver Anexo N° 2. Cadena de valor de la industria farmacéutica) y realizar un diagnóstico de la situación actual mediante la elaboración y aplicación de los cuestionarios y guiones de entrevistas, validación de los resultados obtenidos como consecuencia de la aplicación del método científico de la investigación.

La industria farmacéutica ecuatoriana los últimos tres años se ha enfrentado a vertiginosos cambios en su proceso por ser una industria más competitiva, sin duda, su esfuerzo está dando resultados, ya que antes de 2010 la industria farmacéutica del Ecuador cubría solo el 15% de la demanda nacional de medicamentos; actualmente su participación en el sector farmacéutico se incrementó al 24% hasta finales del 2014, pero esto no es suficiente, ya que a criterio de Iván Prieto, asesor económico de la Asociación de Laboratorios Farmacéuticos (ALFE), exportar \$ 40 millones a países de Latinoamérica y Centroamérica no es suficiente para un país con una demanda interna de \$ 1.400 millones (El Telégrafo, 2014).

Si bien es cierto, la industria farmacéutica ha tenido un gran avance, sin embargo, su consolidación en el mercado nacional aún no se establece, ya que apenas capta el 24% de la demanda, es así que se considera uno de los porcentajes más bajos en comparación de otros países de la región, cuya industria cubre un 50% hasta un 70% de la demanda, esto según Renato Carló, presidente de la Asociación de Laboratorios Farmacéuticos (ALFE) (El Telégrafo, 2014).

Gráfico N° 4: Laboratorios Farmacéuticos en el Ecuador

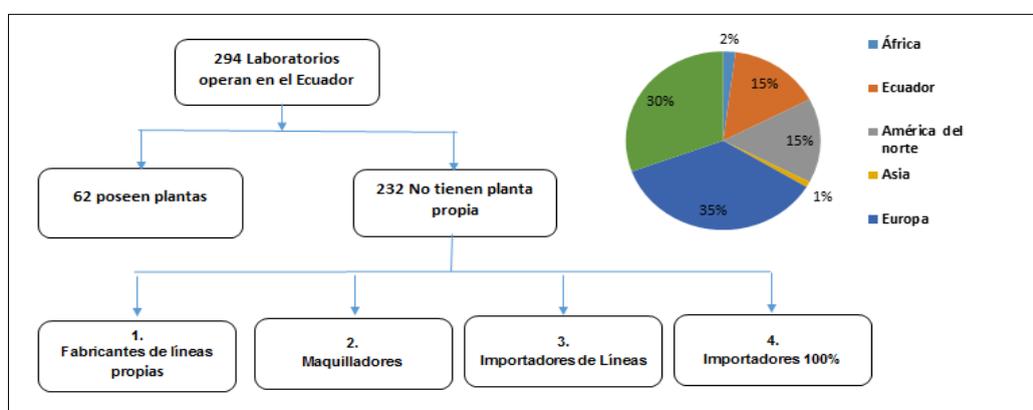


Fuente: (Resumen Ejecutivo, 2010)

Elaboración: Investigadora

Según informe al 2010 en el Ecuador operan 243 empresas farmacéuticas de las cuales 66 son nacionales y 177 extranjeras (Ver Gráfico N° 4). Mueven anualmente, alrededor de 720,5 millones de dólares, mientras que las nacionales comercializaron 126,7 millones de dólares. Se ha evidenciado un crecimiento de un 11% en promedio a nivel anual desde el año 2000. La inversión privada será de aproximadamente 25 millones en los próximos años (Centro de investigaciones económicas de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, 2010). En Ecuador de 66 laboratorios nacionales sólo 12 poseen certificación, las mismas que son otorgadas por el INSPI y el ARCSA. De acuerdo a los datos establecidos por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado al 2015 en el Ecuador operan 294 empresas farmacéuticas de las cuales 79 son nacionales y 215 extranjeras. Existen 62 laboratorios que poseen planta de producción de los cuales el 53.80% corresponde a la región costa y el 46.29% a la sierra.

Gráfico N° 5: Mercado Ecuatoriano, distribución de laboratorios



Elaboración: Investigadora

Fuente: <http://www.scpm.gob.ec>

El desempeño de las empresas manufactureras locales en el mercado privado para el año 2012 y para los doce meses acumulados hasta agosto del 2015, se muestra a continuación:

Gráfico N° 6: Cifras de Laboratorios Locales en el Mercado Privado

Cifras de Laboratorios Locales en el Mercado Privado		
	2012	2015-08
Ventas (unidades millones)	45	56
Ventas (USD millones)	164	203
Participación Mercado (unidades)	28%	25%
Participación Mercado (USD)	17%	15%
Crecimiento (unidades)	17%	7%
Crecimiento (USD)	29%	16%

Fuente: (ESPAE, 2015)
Elaboración: Investigadora

La economía del cambio tecnológico

En el Ecuador, el 80% de las medicinas que se consumen son importadas, mientras que el porcentaje restante es de la producción nacional. El gobierno ejecuta toda una estrategia para que la industria farmacéutica local aumente su participación de ventas en el mercado de medicinas. El objetivo es reducir las importaciones de estos productos. Según datos de Proecuador, el país también exporta diversas medicinas. Al 2012, las ventas al exterior llegaron a 29,7 millones de dólares y entre los principales mercados están Venezuela, Panamá, Chile, Colombia y Perú. El mercado farmacéutico atraviesa un proceso de cambios para garantizar productos de calidad y el desarrollo de la industria. En este marco, las organizaciones del sector aumentan sus recursos para investigar, innovar y mejorar su producción. Garantizar la efectividad e inocuidad de sus productos es una de las principales preocupaciones de la industria farmacéutica. Con el fin de ofrecer al consumidor medicamentos seguros, muchas empresas han optado por certificar sus procesos (Vistazo-Industrias, 2014).

Los gastos que se minimicen con la propuesta de modelo computacional para la gestión de toma de decisiones en el seguimiento y control, así como la automatización de los procesos de fabricación dentro de la industria farmacéutica pueden ser orientados a fortalecer las líneas de I&D, logrando innovar en ciertos procesos y retos que están presentes en la sociedad y sus cambios. Se plantea la posibilidad de invertir en la adquisición de nuevos equipos y/o maquinarias que permitan renovar procesos y procedimientos en un futuro a largo plazo. En el ámbito tecnológico queda la iniciativa de analizar y desarrollar soluciones informáticas que tributen a reducir gastos y mejorar la calidad de los procesos y productos farmacéuticos.

Los laboratorios farmacéuticos que pertenecen a ALFE están apuntando a mejorar sus procesos tecnológicos con ayuda de las TICS. Uno de los laboratorios más antiguos que radica en la ciudad de Guayaquil está gestionando un proyecto de innovación tecnológica en el área de software de un costo aproximado de \$30.000,00 que centralice sus diferentes procesos y sistemas participantes para obtener información en tiempo real de sus diferentes procesos en las líneas de producción que maneja. Según indica el Director Técnico responsable en la entrevista realizada en julio del 2016 “hasta el momento el seguimiento y control se lo ha realizado a partir de hojas de cálculo, sistemas informáticos standalone y web, pero que se manejan por separado generando dispersión de la información manejando una incertidumbre del 5%”. El sistema ERP tributa directamente en realizar el control y seguimiento de los procesos de producción y comercialización, permitiendo realizar análisis de tendencias de ventas históricas, puesto que el crecimiento empresarial complica la adecuada toma de decisiones.

La industria farmacéutica al igual que otras industrias manufactureras comparte el mismo problema de deficiencia en la producción de sus productos: largos plazos de fabricación, procesos complejos y retrasos costosos, pero en el caso de los laboratorios farmacéuticos la fabricación y documentación de un fármaco es mucho más complejo, ya que esta industria está sometida a mayores revisiones y controles por parte de organismos nacionales y/o internacionales.

Desde el año 2010 hasta el primer semestre del 2013 los laboratorios farmacéuticos ecuatorianos han realizado una inversión acumulada que se ha cuadruplicado, esto según (ALFE, 2013). Los principales rubros de inversión que realizó esta asociación se muestran a continuación:

Gráfico N° 7: Principales rubros de inversión en ALFE



Fuente: (ALFE, 2013)
Elaboración: Investigadora

Es evidente que la industria farmacéutica ha concentrado sus esfuerzos en la compra de maquinarias, mejoramiento de su infraestructura e I&D, pero no ha invertido en aspectos igual de importantes como la implementación de sistemas informatizados para el control de los procesos de producción.

En el año 2015 se realizó un diagnóstico estructurado en seis etapas cuya finalidad fue conocer la situación actual de la industria farmacéutica ecuatoriana en temas relacionados al nivel de automatización de procesos, uso de herramientas tecnológicas, capacidad instalada, recursos, nivel de producción y ventas, de modo que se definan las áreas de intervención más críticas relacionadas a sus necesidades. Del proceso surgen evidencias suficientes y críticas como el hecho de no disponer de herramientas para la toma de decisiones y planes de producción que permitan controlar los niveles de producción de las distintas líneas (Ángela Yanza, 2016).

Dificultades en la industria farmacéutica

En el ámbito de ***Investigación y Desarrollo***, se resalta que debido al sistema acelerado y de constantes cambios, la industria farmacéutica debe prepararse para tales acontecimientos. Se ve en la imperiosa necesidad de gestionar los riesgos mediante planes contingentes para el desarrollo en la industria farmacéutica. La innovación es frecuente, la investigación es constante y el desarrollo de proyectos es prácticamente su actividad principal ya que de ahí surgen las ideas de nuevos fármacos.

A continuación se resumen dificultades relacionadas al ámbito de I&D, comercialización, producción y publicidad:

CUADRO Nº 1: Dificultades en la Industria farmacéutica a nivel mundial en Investigación y Desarrollo

	Desarrollar planes de contingencia frente a los posibles riesgos de la compañía.
	Prepararse para los cambios de tecnología.
Investigación y Desarrollo	Fortalecer relaciones en las comunidades autónomas.
	Aumentar las investigaciones e indagar constantemente.

Fuente: (Survey K. P., 2011)

Elaboración: Investigadora

La industria farmacéutica es tan controversial, es una actividad económica con fines de lucro, sin embargo los dueños de las diferentes industrias farmacéuticas han aceptado que es un negocio que deja grandes cifras de ganancias. Los cambios de tecnología a nivel global son frecuentes adquirir nuevas maquinarias, suministros de laboratorios hace que la industria de los fármacos crezca y los haya ubicado en los principales puestos a nivel mundial, esto también ha sido un problema para empresas con menores ingresos el cambio de tecnología no les ha permitido seguir con su actividad y prácticamente han cerrado sus puertas. Los ingresos que perciben las industrias farmacéuticas son actualmente más elevados que las compañías con actividades petroleras.

CUADRO Nº 2: Dificultades en la Industria farmacéutica a nivel mundial en la Comercialización

	Enfrentar los elevado costo de tratamientos largos.
	Segmentar el negocio en forma local y global.
Comercialización	Buscar alianzas y vías de crecimiento.
	Adaptar estructuras de las nuevas exigencias del mercado.

Fuente: (Survey K. P., 2011)

Elaboración: Investigadora

Cuando se habla de producción surgen varios factores desde el operario hasta aquel que mide los controles calidad de las diferentes líneas de productos. La industria farmacéutica a nivel mundial es muy bien vista ya que sus controles de producción se denominan los mejores dentro de su actividad al ser detallistas en los diversos ciclos de producción y a su vez optimizar el tiempo de fabricación es primordial en esta actividad. Las constantes capacitaciones al personal que se encuentra de una u otra manera relacionado a la actividad, son de suma importancia en el desempeño de sus líneas de productos. Evaluar los ciclos o etapas de producción es de vital importancia para el monitoreo y posterior distribución. En nuestro medio se dividen los fármacos según el nivel y condición social del país y este a su vez lo comercializa según el indicador económico de la medicina.

CUADRO Nº 3: Dificultades en la Industria farmacéutica a nivel mundial en el Control de Producción

Control de Producción	Ciclos donde se optimice el tiempo en el desarrollo de los fármacos.
	Constantes capacitaciones al personal operario y administrativo.
	Reducir costos de producción.
	Evaluar las etapas de producción constantemente.

Fuente: (Survey K. P., 2011)

Elaboración: Investigadora

La publicidad a nivel global es imparcial y técnica generalmente controlan las promociones de producto de consumo masivo o cotidiano tales como la gripe, dolores musculares entre otros. Generalmente, la ética del producto que se comercializa se mide visualmente con colores cálidos tales como el azul, concho de vino, gris y su escala de colores. En las cajas donde se comercializa y se distribuye las medicinas brinda la información técnica y precisa del producto que se va a consumir. Se presentan las siguientes variantes:

CUADRO Nº 4: Dificultades en la Industria farmacéutica a nivel mundial la publicidad

Publicidad	Controlar y vigilar las promociones y publicidades.
	Regular los acatamientos de las leyes y normativas en los diferentes países.
	La ética del producto se mide visualmente por sus colores.
	Brindar información técnica y precisa del producto.

Fuente: (Survey K. P., 2011)

Elaboración: Investigadora

La industria farmacéutica ha evolucionado notablemente en las diferentes épocas que ha atravesado. A lo largo de su trayectoria ha dado trabajo a diferentes profesionales por su capacidad y disposición. Así mismo, la investigación científica que realizan la diferentes empresas son de mucha importancia para nuestro país ya que surgen nuevos tratamientos y mejoramientos de medicinas ya existente (Quezada, La Industria Farmacéutica en el Ecuador. "Mirando hacia delante", 2011). De igual forma hay tendencia notable en la sistematización de los sistemas informáticos que manejan.

3. Conclusiones

Actualmente, en el Ecuador los lineamientos gubernamentales apoyan significativamente al progreso de las pequeñas y grandes industrias. Entre los objetivos a nivel de país están el promover el desarrollo nacional mediante

investigación, desarrollo e innovación. Otros de los fines que se persiguen son el incentivar la industrialización y estar a la par con los estándares internacionales de investigación, fortalecer las entidades públicas y privadas a fin de obtener beneficios para la sociedad ecuatoriana, establecer estudios de estabilidad y calidad en los productos farmacéuticos para lo cual el Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública (INSPI) es el ente encargado de ejecutar proyectos de investigación tecnológicos y de innovación junto a la Secretaria Nacional en Educación Superior de Ciencias Y Tecnologías.

El número excesivo de la población que bordea nuestro país crea una demanda verdaderamente excesiva de farmacias y esto conlleva a las industrias farmacéuticas a producir, comercializar y distribuir los fármacos con mayor frecuencia. Siendo a nivel nacional un mercado joven y pequeño se disputa por estar y participar con laboratorios nacionales y transnacionales bajo los estándares de calidad. Se maneja en la medida posible estandarización de precios según reglamentaciones gubernamentales.

Se genera un aporte a nivel de ciencia y tecnología mediante la concepción y creación de un modelo computacional para la gestión de toma de decisiones para el seguimiento y control de la automatización de procesos de fabricación dentro de la industria farmacéutica ecuatoriana. Para la validación del modelo se ha considerado como ente de estudio uno de los laboratorios farmacéuticos más antiguos de la ciudad de Guayaquil, con una trayectoria de 126 años en el mercado, pese a ello el Ecuador tiene poca trayectoria en este ámbito.

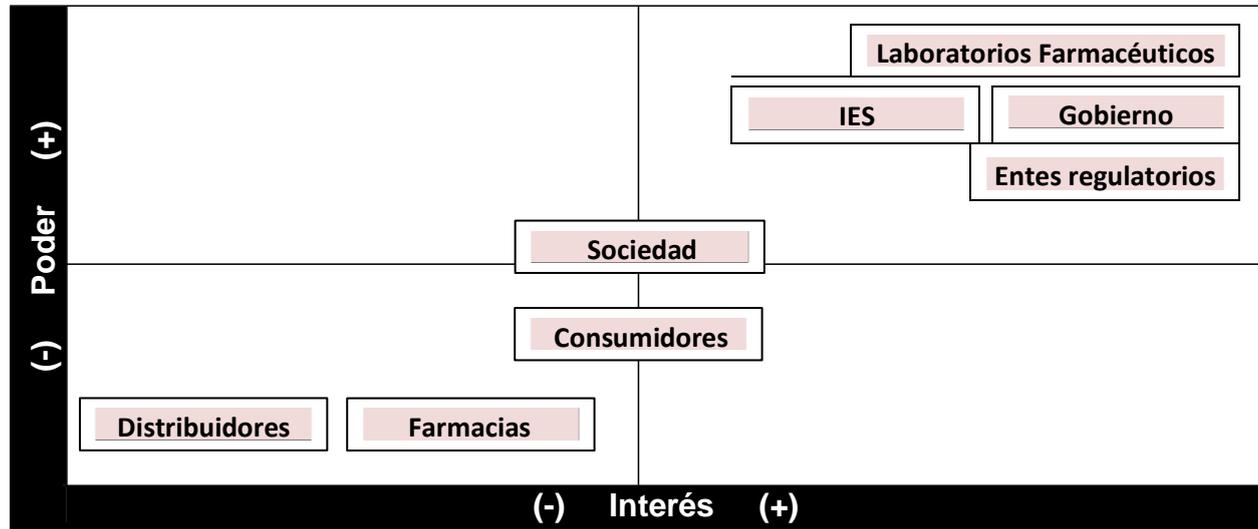
Incluir en el desarrollo de proyectos con novedad científica el enfoque PSCT es de vital importancia, por cuanto permite al investigador ver más allá del enfoque tecnológico y científico, le permite analizar el medio ambiente, la sociedad y contribuir directamente a las necesidades que están presentes en ella, se logra que la ciencia y la tecnología aporten potencialmente a conseguir el bienestar social de los individuos.

Este documento ha permitido analizar las líneas de Ciencia, Tecnología y Sociedad en las cuales la investigación incidirá directamente, con la finalidad de generar soluciones informáticas controladas que ayuden a minimizar los riesgos de los impactos en la biósfera. Ha permitido examinar experiencias al incorporar estudios PCTS en el desarrollo del modelo computacional, identificar elementos importantes que permitirán a los investigadores y personal técnico y tecnológico conocer la relación entre Ciencia–Tecnología–Sociedad y su interrelación con las Universidades, Medio Ambiente y Valores.

Se ha concluido que no sólo debe valorarse si un software, modelo o solución cumple con el objetivo trazado o definido sino que también deberá tenerse en consideración sus impactos en la organización, la economía y la sociedad. No es suficiente la tecnología para el éxito de un proyecto de software, también se considerará el impacto del factor humano en el desarrollo y puesta en marcha del mismo, es posible que conlleve a problemas sociales y éticos como la formación del usuario en su hogar y sociedad, y la confidencialidad de los datos que se manejan dentro de todo proceso.

4. Anexos

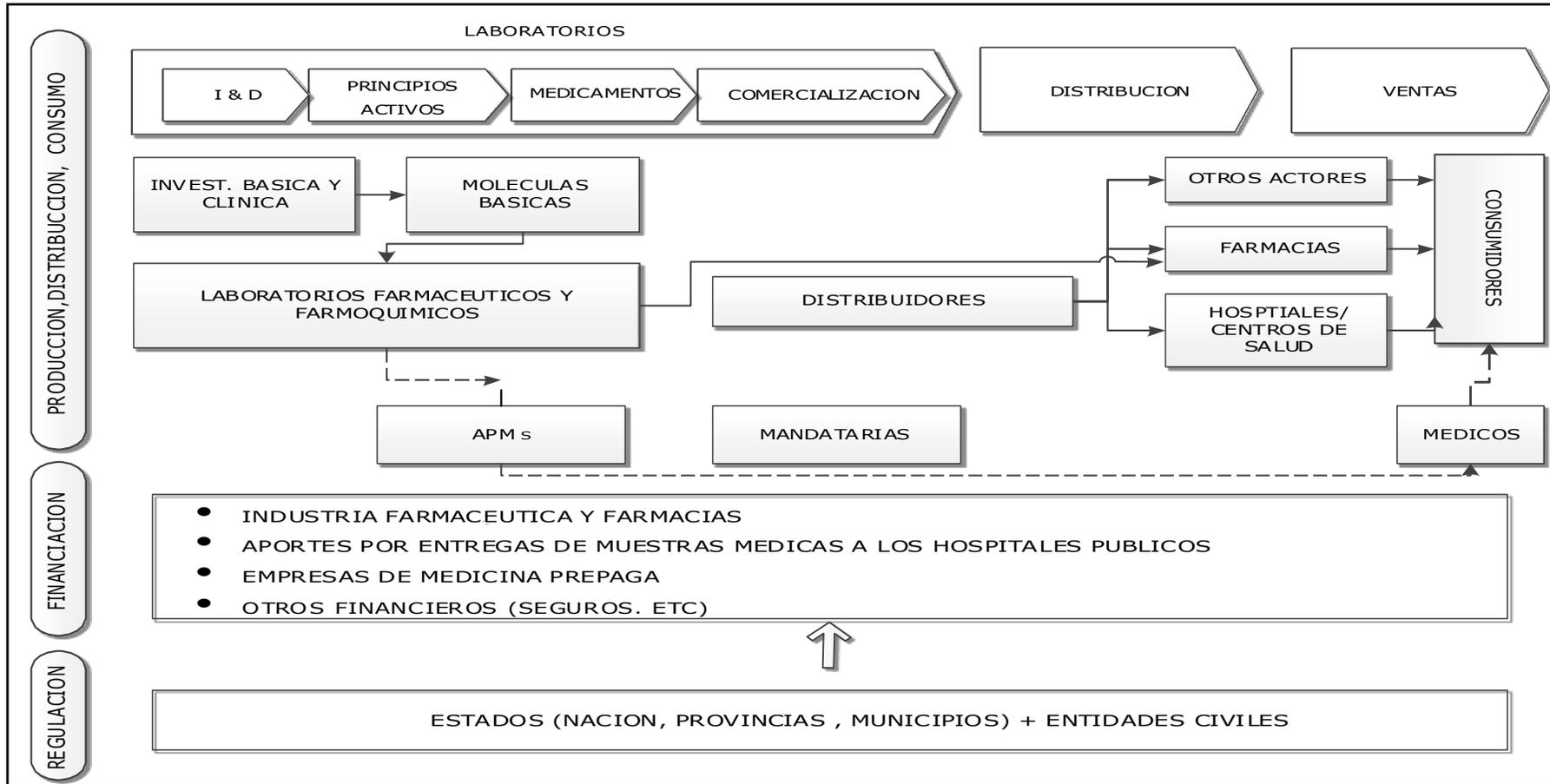
ANEXO Nº 1 MATRIZ DE INVOLUCRADOS EN EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



Fuente: Investigadora
Elaboración: Investigadora

ANEXO Nº 2

CADENA DE VALOR DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA



Fuente: Investigadora
Elaboración: Investigadora

5. Bibliografía

- Registro Oficial No 788. (Septiembre de 2012). *Registro Oficial No 788. Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado el Febrero de 2015, de <http://www.cip.org.ec/attachments/article/280/DECRETO%20EJECUTIVO%20No.%201290.pdf>
- Agazzi, E. (1996). *El bien, el mal y la ciencia*. Madrid: Tecnos S.A.
- ALFE - Asociación de Laboratorios Farmacéuticos Ecuatorianos. (2015). *ALFE - Asociación de Laboratorios Farmacéuticos Ecuatorianos*. Obtenido de ALFE - Asociación de Laboratorios Farmacéuticos Ecuatorianos: <http://alfe-ecuador.org/>
- ALFE. (21 de Julio de 2013). *La Industria Farmaceutica en el Ecuador*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2015, de La Industria Farmaceutica en el Ecuador: <http://alfe-ecuador.org/index.php/estudios-realizados.html>
- Ángela Yanza, O. F. (Marzo de 2016). Diagnosis of the level of automation of manufacturing processes for monitoring and control in the pharmaceutical industry of Guayaquil. (IJIAS, Ed.) *International Journal of Innovation and Applied Studies (IJIAS)*, 15(1), 101–113.
- Arencibia Morales, A. (Diciembre de 2011). Consideraciones sobre el impacto del despliegue del módulo de RAM (Reacciones adversas a Medicamentos) en la ciencia, la tecnología y la sociedad. *RCCI*.
- Carrillo, J. M. (2005). *Manual de Autodiagnóstico Estratégico*. Madrid: Esic Editorial.
- Centro de investigaciones económicas de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. (7 de Noviembre de 2010). *Boletín mensual de análisis sectorial de MIPYMES*. Recuperado el Febrero de 2015, de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/zv8jagv4rekk0dxdp4rtssfz9o1icbm.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (13 de Septiembre de 2012). *Suplemento Registro Oficial No 788*. Recuperado el Febrero de 2015, de <http://www.cip.org.ec/attachments/article/280/DECRETO%20EJECUTIVO%20No.%201290.pdf>
- Diario El Comercio. (9 de Octubre de 2011). *Siete debilidades fueron detectadas en el sector farmacéutico nacional*. Recuperado el Febrero de 2015, de <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/siete-debilidades-detectadas-sector-farmacautico.html>
- El Telégrafo. (29 de Mayo de 2014). *Industria farmacéutica prevé exportar \$ 100 millones para 2017*. Recuperado el 1 de Marzo de 2015, de Economía:

<http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/industria-farmaceutica-preve-exportar-100-millones-para-2017.html>

El Telégrafo. (31 de Agosto de 2014). *Las farmacéuticas cubrirían demanda de \$ 900 millones*. Recuperado el 1 de Marzo de 2015, de Economía: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/las-farmaceuticas-cubririan-demanda-de-900-millones-infografia.html>

ESPAE. (Noviembre de 2015). Estudios industriales, orientación estratégica para la toma de decisiones. *Estudios industriales - Industria Farmacéutica*.

García Palacios, E. M., González Galbarte, J. C., López Cerezo, J. A., Luján, J. L., Gordillo, M. M., Osorio, C., y otros. (2001). *Ciencia, Tecnología y Sociedad: una aproximación conceptual* (1 ed.). Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).

García, O. (2014). *Industria Farmacéutica*. Ciudad de México: ProMéxico.

Hernández Ramírez, M. D. (Julio de 2012). Estudios CTS en el desarrollo del sistema alasClínicas. *Revista Iberoamericana CTS*, 13.

Herrera, R. G. (06 de Septiembre de 2011). *Tercera Información*. Recuperado el 02 de Marzo de 2015, de Tercera Información: <http://www.tercerainformacion.es/spip.php?article27790>

Jover, J. N. (2007). *La ciencia y la tecnología como procesos sociales. Lo que la educación científica no debería olvidar*. La Habana: Félix Varela.

Ludin, P., & Rosental, M. (Octubre de 2006). *Diccionario filosófico Rosental Iudin*. Recuperado el 02 de Marzo de 2015, de <http://www.filosofia.org/enc/ros/cien.htm>

Marqués Graells, P. (2008). *Las TIC y sus aportaciones a la Sociedad*.

Moreno Muñoz, M., & Iáñez Pareja, E. (1997). *Ciencia, Tecnología y Sociedad: Contribuciones para una cultura de la paz*. Granada, España: Universidad de Granada, Campus Universitario de Cartuja.

OMS | Organización Mundial de la Salud. (2015). *OMS | Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de OMS | Organización Mundial de la Salud: <http://www.who.int/es/>

Ortiz, Verdecia, A. L., Alonso, Cano y López, F. A., & Rodríguez, M. (2002). *Ciencia y tecnología: consideraciones y aproximaciones para su comprensión*. (Vol. No. 95). Santiago de Cuba: Universidad de Oriente.

Quezada, A. (03 de 2011). *La Industria Farmacéutica en el Ecuador. "Mirando hacia delante"*. Recuperado el FEBRERO de 2014, de

http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/publicaciones_medios/EyE_Industria_Farmaceutica_2011.pdf

Quezada, A. (2011). *La Industria Farmacéutica en el Ecuador. "Mirando hacia delante"*. Obtenido de http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/publicaciones_medios/EyE_Industria_Farmaceutica_2011.pdf

Registro Oficial No 416. (30 de Marzo de 2011). *Reglamento para publicidad y promoción de medicamentos*. Recuperado el Febrero de 2015, de http://www.industrias.ec/archivos/file/INFORMACION%20JURIDICA/Reglamento_public_medicam.pdf

Resumen Ejecutivo. (19 de Enero de 2010). *Informe sectorial de empresas farmacéuticas*. Recuperado el Febrero de 2015, de http://www.gcasite.com/file/Informe_sectorial_farmaceuticas.pdf

Resumen Ejecutivo, 1.-0.-2. (2010). *Informe Sectorial de Empresas Farmacéuticas*.

Survey, K. P. (10 de 2011). *KPMG*. Obtenido de https://www.kpmg.com/ES/es/ActualidadyNovedades/ArticulosyPublicaciones/Documents/KPMG_FARMA.pdf

Survey, K. P. (2011). *KPMG*. Recuperado el 02 de Marzo de 2015, de https://www.kpmg.com/ES/es/ActualidadyNovedades/ArticulosyPublicaciones/Documents/KPMG_FARMA.pdf

UNESCO. (1996). *Informe Mundial sobre la Ciencia*.

Usma León, A. M. (2014). *La sociedad reclama un mercado farmacéutico más ético*. Nueva Granada: Universidad Militar Nueva Granada.

Vistazo-Industrias. (6 de Noviembre de 2014). *Farmacéuticas impulso a la producción nacional*. *Vistazo*, 16.

012. HERRAMIENTAS COLABORATIVAS QUE APOYAN EL APRENDIZAJE CONSTRUCTIVISTA.

Autores:

Lcda. Denisse Salcedo MSc.

Universidad de Guayaquil – Facultad de Comunicación Social – Carrera de Diseño Gráfico -
Docente

denissapa73@hotmail.com

denisse.salcedoa@ug.edu.ec

Lcda. Jenny Rosero Lozano MSc.

Facultad de Ciencias Naturales – Carrera de Biología - Docente

jenny.roserol@ug.edu.ec

jennymarosero@gmail.com

Lcdo. José Francisco Cruz Abril MSc. Unidad Educativa Ati II

Pillahuaso - Docente

joseca7@yahoo.com

joseca7@hotmail.com

RESUMEN EJECUTIVO

Referirse a la teoría constructivista es precisamente enfocar aquello denominado construcción del conocimiento, y esto se consigue mediante experiencias que favorezcan en un contexto productivo. La teoría constructivista presenta un paradigma novedoso para la era de la información en que vivimos, motivado por las Tecnologías de la Información y Comunicación, que han venido surgiendo de manera considerables durante los últimos tiempos.

Con la aparición de las tecnologías de la Web 2.0: Wikis, Redes Sociales, Blogs, entre otros, los docentes y estudiantes poseen un sin números de recursos que les permiten acceder de forma ilimitada a la información, así como de ser promotores de su ritmo de aprendizaje.

Se pretende precisar aquel vínculo existente entre el empleo de herramientas de la web

2.0 y aquellas teorías constructivistas, experimentar como las Tecnologías de la Información y Comunicación aportan aplicaciones que, al ser utilizadas en el aprendizaje, brindar como resultado una experiencia de aprendizaje muy peculiar para el sujeto, permitiendo ser promotor en la construcción de su conocimiento.

Modificar esquemas tradicionales en las aulas, en donde un papel y un lápiz eran los ejes del aprendizaje, y la apertura a nuevos y novedosos paradigmas donde a esas

herramientas tradicionales se le agreguen estas nuevas aplicaciones como parte de las Tecnologías, permiten aportar con una nueva forma de aprender, creando en los educandos experiencias únicas de acuerdo a los estilos de enseñanza aprendizaje, es decir en la construcción de su conocimiento. Es así que basamos esta información en las herramientas colaborativas que apoyan al aprendizaje constructivista.

Palabras Clave:

Herramientas colaborativas

TIC

Aprendizaje Constructivista

INTRODUCCIÓN

La educación ha traspasado las fronteras del aula escolar, a nivel mundial han producido cambios en la forma de impartir los contenidos curriculares y se promueve la adquisición de conocimientos basados en herramientas tecnológicas, e inclusive la Carta Magna del Ecuador en su Art. 347, número 8, promueve la introducción de las tecnologías de la información y la comunicación en el proceso educativo.

Las TIC desempeñan un papel importante en el proceso de aprendizaje (Diaz Barriga, 2009), por su facilidad de uso, variedad de herramientas, ayudan a superar las barreras espacio-temporales, promueven la profundización de los contenidos curriculares. Los softwares basados en TIC pueden convertirse en poderosas herramientas que promuevan el aprendizaje colaborativo, participativo, basado en proyectos, donde el docente deja de ser el centro de atención para convertirse en un facilitador de la información y guía del aprendizaje constructivista. (Ramírez, 2012; Carrasacal & Alvarino 2009).

Por otro lado, debemos recordar que no solo las TIC influyen en el proceso de enseñanza-aprendizaje, también influye las estrategias didácticas que el docente emplee para impartir cada tema, Ausubel (1998). Manifiesta que el docente debe ser incorporar en su planificación una enseñanza estratégica para que se produzca un aprendizaje significativo de los contenidos, el docente debe mejorar y enriquecer las oportunidades de aprender de los estudiantes aplicando todas las ayudas que requiera el estudiante para que se apropie del conocimiento. En concordancia con Ramos (2012), quien afirma que es oportuno aplicar estrategias didácticas para facilitar la asimilación de los contenidos y mejorar el nivel académico de los educandos.

La introducción de las TICs en la educación abre muchas posibilidades (Díaz Barriga, 2014), la investigadora en la conferencia iberoamericana de ministros de educación manifestó, que las TICs constituyen un fenómeno social que ha transformado la vida de millones, es de gran trascendencia para muchas disciplinas pero en la educación no ha tenido la utilización ni la acogida necesaria, que su utilización se enmarca en realizar las cosas que se venían desarrollando en forma manual, ahora se lo realiza con la ayuda de una computadora, si obtener el máximo provecho de los beneficios que éstas nos proporcionan.

¿En este punto, cabría preguntarse, la utilización de las TIC, permite adquirir un aprendizaje duradero, significativo, que sirva de apoyo al nuevo conocimiento a fin de que logre concatenarse con los conocimientos previos, aplicándose el aprendizaje constructivista?

El principal objetivo de la investigación es determinar el vínculo que existe entre la aplicación efectiva de las TIC a través de las herramientas WEB 2.0 y las teorías del aprendizaje constructivista.

Desarrollo:

Al referirse a tecnología, esta ha causado uno de los mayores impactos en nuestra sociedad y sobre todo en el campo educativo la impresión de textos ha permitido la creación de libros que sirvieron de herramientas para el aprendizaje, así como también se ha venido sustituyendo las pizarras y tizas a un papel y minas permitiendo que se preservara la escritura tradicional.

A medida que pasa el tiempo los esquemas tradicionales van dando paso a las Nuevas tecnologías, las mismas que están causando repercusión en los métodos y estrategias de aprendizaje que han empleado los docentes con sus educandos, provocando una revolución tecnológica en la metodología de enseñanza aprendizaje. El constructivismo es una teoría que “se enfoca en la construcción del conocimiento a través de actividades basadas en experiencia ricas en contexto” (Requena, 2008). Esta teoría nos indica que el conocimiento se construye, más no representa una reproducción.

El aporte del constructivismo es permitir al educando enfocarse en tareas auténticas, estas tendrán una relevancia y utilidad en el mundo real. Los educandos cuentan con oportunidades que le permitirán ampliar su experiencia de aprendizaje al emplear las nuevas tecnologías de la Información y Comunicación como herramientas para el aprendizaje constructivista, presentando múltiples opciones que permitirán convertir un aula tradicional en un nuevo espacio, exhibiendo novedosas actividades que permitirán

innovar de forma colaborativa y con aspectos creativos que les admitan aprender de una manera divertida y afianzar lo aprendido. Estas características dan como resultado que el propio estudiante sea el actor principal en la construcción de su conocimiento, dándole oportunidad a explorar libremente el ambiente tecnológico, y el docente se convierta en una guía y mentor que participe monitoreando la clase, despejando dudas o en la resolución de algún problema.

El trabajo colaborativo en el aula no es algo nuevo, lo realmente novedoso es la Gestión de tareas que potencien la labor colaborativa que se encuentra apoyado en la Web 2.0., considerada como un apéndice de la web, la misma que se encuentra basada en comunidades de usuarios con múltiples servicios, permitiendo el fomento de la cooperación y el intercambio de la información de forma ágil. Así también se puede decir que ofrece un universo de posibilidades en la construcción grupal de conocimientos mediante herramientas que favorecen el trabajo compartido, Bernal (2014).

El contar con este tipo de herramientas colaborativas pedagógicamente permite realizar un sin número de actividades que permiten la acción colaborativa - participativa con los educandos en el aula.

Cabe recalcar la importancia que como docentes debemos fijar la atención en cuanto al uso que debe darse a este tipo de herramientas al impartir clases y de esta manera guiar a los educandos en la producción de actividades colaborativas, sin dejar de lado el objetivo esencial del proceso de enseñanza aprendizaje.

Al trabajo colaborativo se le puede considerar como la participación de mucha gente, organizaciones, que siempre se insertarán en un contexto dinámico, hay que partir de la premisa que el **trabajo colaborativo es un proceso en el cual cada individuo aprende más de lo que aprendería por sí solo, como fruto de la interacción de los integrantes del equipo**, siendo el resultado es será enriquecedor.

Al aplicar la hermenéutica, los pensadores postmodernistas apuestan a la educación como un medio idóneo hacia la construcción de mejores estilos de vida, “frente a los numerosos desafíos del porvenir, la educación constituye un instrumento indispensable para que la humanidad pueda progresar hacia los ideales de paz, libertad y justicia social”. Delors presentó un informe a la UNESCO donde enfatiza cuatro premisas que favorecen a la educación en el siglo XXI que debe considerar los gobiernos en el sistema educativo, las mismas que son: aprender a aprender, aprender a hacer, aprender a ser y aprender a trabajar en grupo.

El avance de una nación será sustentado siempre y cuando se cumpla con las premisas y se vean resultados favorables. Esta se consigue mediante aprendizajes constructivistas, evidenciándose cuando los educadores se involucren en el proceso de enseñanza aprendizaje lo que se puede evidenciar cuando se propicie en los educandos el trabajo en equipo y enseñar a aprender.

La investigación tiene como objetivo la gestión de tareas mediante un trabajo colaborativo que va en función de un modelo pedagógico, cuya base es la interacción y construcción de conocimientos en forma colectiva y se vuelve óptimo al trabajar de manera mancomunada con el trabajo en red. Al llevar esto al aula de clase conlleva a docentes y estudiantes a ir de la mano permitiendo sumar esfuerzos, talentos y competencias y se cumple la premisa propuesta en la UNESCO de aprender haciendo, aprender interactuando, aprender compartiendo.

La riqueza al gestionar tareas que potencien la labor colaborativa radica en el aprendizaje reflexivo de los educandos, este intercambio de aprendizajes y saberes permite en ocasiones mejor comprensión de los participantes del equipo viéndose reflejado en el logro eficaz de una actividad. El desarrollo de competencias que permitan el trabajo en grupo permite colaborar con experiencias de aprendizaje se hacen cada vez más necesarias en las denominadas sociedades de la información y la comunicación.

Al hablar de Gestionar tareas para potenciar la cooperación grupal se puede considerar la participación de mucha gente, organizaciones, instituciones o también podría darse el caso que sea un grupo pequeño. Cualquiera de ellas que se considere, debe ser siempre insertada en un contexto Dinámico, hay que partir de la premisa que el **trabajo colaborativo es un proceso en el cual cada individuo aprende más de lo que aprendería por sí solo, como fruto de la interacción de los integrantes del equipo**, es así que el fruto de un trabajo en grupo aplicando herramientas colaborativas, da un resultado muy enriquecedor a diferencia de aquel realizado de forma individual.

El trabajo colaborativo tendrá éxito, siempre y cuando los miembros del grupo logren aprender unos de otros y al final conseguir el objetivo que se estableció desde el inicio.

Es así que, en la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, se ha observado la problemática que se evidencia durante el proceso de enseñanza aprendizaje, no se emplea adecuadamente las Tecnologías de la Información y Comunicación en el proceso de enseñanza aprendizaje que beneficien al trabajo colaborativo.

El interés de buscar herramientas Colaborativas que apoyen al aprendizaje constructivista, más conocido como Herramientas de la Web 2.0, para potenciar el Trabajo Colaborativo entre los educandos y educadores de la carrera, luego de búsquedas de herramientas que permitan trabajar de manera efectiva con los grupos en el aula de clase, se ha considerado Google Drive, Blog, mediante estas herramientas se trabaja con tareas que permite el trabajo colaborativo.

La temática del trabajo colaborativo se ha confundido frecuentemente con la del trabajo de grupo, cuando es necesario realizar desde el inicio la diferencia entre ambos, el trabajo colaborativo, es trabajo en grupo; pero el trabajo en grupo, no es trabajo colaborativo, la siguiente tabla muestra claramente las diferencias más sobresalientes.

Tabla 1 DIFERENCIAS

TRABAJO EN GRUPO	TRABAJO COLABORATIVO
Sujetos: grupos heterogéneos.	Sujetos: grupos homogéneos
Liderazgo: un líder.	Liderazgo: compartido por todos.
Responsabilidad del trabajo y/o aprendizaje: individual.	Responsabilidad del trabajo y/o aprendizaje: compartida.
Objetivo final: completar la tarea.	Objetivo final de aprendizaje y de relación.
Evaluación: individual y/o grupal.	Evaluación: media de las puntuaciones individuales, se elige la puntuación más baja del grupo y se promedian (así se evalúa el trabajo y la metodología).

GENERALIDADES SOBRE LAS ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

MÉTODO:

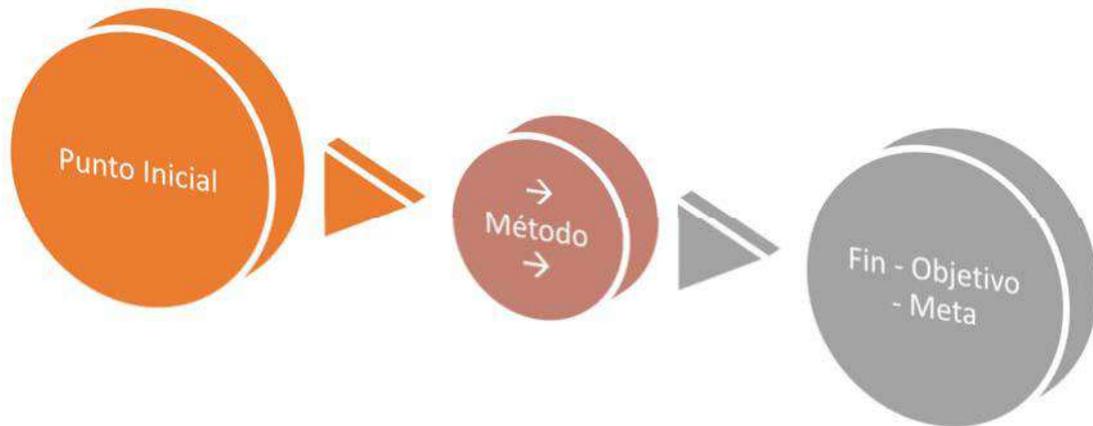
Desde el punto de vista etimológico, la palabra método indica el "camino para llegar a un fin". Utilizar un método es trabajar de manera ordenada y calculada para alcanzar objetivos previsto.

Definición:

Es la organización racional y practica donde se alinean las técnicas de enseñanza en dirección del aprendizaje del estudiante hacia los resultados deseados. Por lo tanto, el método esta contrapuesto a la suerte y al azar sin perjudicar la calidad de la enseñanza.

El método es propiamente el camino que se sigue en el campo de la investigación, señala una vía y asimilación de la verdad. El método utiliza los procedimientos como medio práctico para lograr un fin determinado.

Gráficamente, la concepción del método puede expresarse del siguiente modo:



El método no es uno solo. Hay tantos métodos como fines se proponga el hombre alcanzar dentro del área de sus actividades. Por eso no se puede hablar de método, sino de métodos.

Así los estadistas tienen un método para gobernar, los médicos para combatir las dolencias; los sacerdotes, para la dirección espiritual; los científicos para investigar en su especialidad; los educadores, para la formación integral de la personalidad del educando; el agricultor, para hacer producir mejor la tierra, el vendedor para comercializar mejor sus productos, etc.

TIPOS DE MÉTODOS.

Muchos son los métodos activos que los pedagogos plantean para el logro del aprendizaje significativo. En este trabajo según la propuesta del Ministerio de Educación. Desarrollaremos solo cuatro: el heurístico, el de discusión y debate, el de descubrimiento y el lúdico.

EL MÉTODO HEURÍSTICO.

La heurística tal como la conocieron los sofistas, es el arte de sostener una discusión. De modo muy genérico y vago se califica así, a una actividad científica que busca la aproximación estructural para aprender relaciones.

El método heurístico conduce al alumno a descubrir por sí mismo, el contenido conceptual que se pretende enseñar. Para esto el profesor debe valerse de una serie de preguntas entrelazadas y graduadas en pos del descubrimiento de la verdad. Por esta razón se le considera como una actividad mental y didáctica, donde la única preparación del tema no se reduce a un plan preestablecido, sino que, al estudio constante; a la curiosidad inagotable, por el permanente proceso de creación tal como dice Hernández Ruiz: en una palabra, la preparación de sí mismo y no de las lecciones.

El método heurístico puede relacionarse individual y grupalmente siguiendo estas fases:

- a. Comprensión del problema.
- b. Concebir un plan.
- c. Ejecución del plan.
- d. Visión retrospectiva.

Objetivo:

- Lograr que un grupo discuta ordenadamente un tema con la máxima participación de sus miembros.

Características:

- Informal y ágil. Permite gran participación de los miembros del grupo.
- La intervención del moderador es fundamental.

Organización:

- El moderador prepara el material e información cuya distribución debe realizarse con anticipación.
- Prepara también preguntas con las que estimulará el debate.

Desarrollo:

- El moderador encuadra el tema.
- Formula primera pregunta e invita al grupo a participar.

EL MÉTODO DE DISCUSIÓN Y DEBATE.

Según (Calixto Suarez, 2011), las técnicas de descubrimiento, reemplazan a los antiguos métodos didácticos como la inducción, deducción y otros semejantes encaminados a generar habilidades y destrezas intelectuales en los educandos, como la capacidad de pensar, de sumar, de producir, crear, participar inteligentemente en el proceso social, cultural, político, científico y tecnológico, y transferir las experiencias educativas a las diversas situaciones que debe resolver a diario.

Este método desarrollado por David Ausubel, consiste en que el profesor debe inducir a que los estudiantes logren su aprendizaje a través del descubrimiento de los conocimientos. Es decir, el docente no debe dar los conocimientos elaborados, sino orientar a que los estudiantes descubran progresivamente a través de experimentos, investigaciones, ensayos, error, reflexión, discernimiento.

POBLACIÓN Y MUESTRA:

Nº	Estratos	Población
1	Docentes	20
2	Estudiantes	1000

Muestra de la población de estudio.

Nº	Estratos	Población	Muestra	Tipo de Muestra
1	Docentes	20	3	Muestreo no probabilístico Discrecional
2	Estudiantes	1000	50	Muestreo no probabilístico Discrecional

Según Torres Mariela y Paz Karim (2008) “en el muestreo no probabilístico discrecional los elementos de la muestra son seleccionados por el encuestador de acuerdo a criterios que él considera de aporte para el estudio”.

CONCLUSIONES

Las Tecnologías de la información y Comunicación están aportando favorablemente con aplicaciones que crean, para el proceso de enseñanza aprendizaje nuevos paradigmas que con el apoyo de redes sociales pueden funcionar como un aula después de las clases presenciales, es decir un espacio virtual donde los estudiantes, el docente mantengan un contacto constante sin límites espaciales ni de tiempo. Google Drive aporta un nuevo sentido a los libros, tareas y al compartir información: nos permite crear archivos que queden almacenados en la plataforma, así también el estudiante puede ser partícipe de sus ensayos y compartir su información, puede ser el protagonista y escribir en ella sus ideas y sus notas de lo aprendido en clase. No se limita a escritos de una sola persona, también los compañeros y el profesor pueden acceder a los escritos. Los blogs funcionan como bitácoras en línea, donde el alumno puede crear su propio espacio para subir artículos relacionados a los temas que se estén impartiendo en clase, según la asignatura. Los sitios webs como YouTube y Flickr permiten que los alumnos puedan integrar en sus blogs y espacios de redes sociales, vídeos y fotos que ilustren el tema que exponen.

Una vez que se realizaron las actividades con los educandos y docentes se ha observado que trabajar con este tipo de herramientas efectivamente apoyan al aprendizaje colaborativo, además que mediante esta herramienta permite potenciar el trabajo colaborativo en el aula de clase e incluso motiva a los estudiantes a participar con sus aportes en cuanto a la temática que se plantee.

No podemos olvidar que se cumple con la teoría constructivista, debido a que el estudiante es partícipe en la construcción de su aprendizaje al mismo tiempo que el docente está orientando mediante un acompañamiento en este proceso de construcción de conocimiento mediante sus experimentos, investigaciones, ensayos, error, reflexión, discernimiento.

Bibliografías:

BERNAL, AUGUSTO (2014). 20 Herramientas para crear actividades educativas interactivas. Colombia, disponible:<http://tics-ti.blogspot.com/2014/02/20-herramientas-para-crear-actividades.html>

DIAZ BARRIGA, F. (2010). Metas Educativas 2021. Conferencia Iberoamericana de Ministros de Educación, (pág. 1). Buenos Aires Argentina. Obtenido de <http://www.oei.es/metas2021/expertos02.htm>

HERNANDEZ, S.C. (2009). Evaluación de las habilidades Cognitivas. México: Universidad de Guadalajara.

INGRID, M. G. (2008) Introducción al aprendizaje cooperativo, actividades y dinámica de grupo en el contexto universitario. Curso de formación de profesorado de la Universitat de les Illes Balears.

RAMIREZ MONTOYA, M. (2012). Modelos y estrategias de enseñanza para ambientes innovadores. México: Editorial Digital.

REQUENA, S.H. (2008). El modelo constructivista con las nuevas tecnologías: aplicado en el proceso de aprendizaje. <http://rusc.uoc.edu0>

http://www.forodeeducacion.com/numeros7_8/009.pdf

<http://www.xelso.com/oficina-en-la-nube/guia-de-trello-gestor-de-tareas-con-kanban>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010).

<https://trello.com/>

Metodología de la investigación. México: Editorial Mc Graw Hill.

<http://www.arturogoga.com/2012/11/23/trello-una-excelente-herramienta-colaborativa-paraorganizar-proyectos-y-realizar-tareas-kanban/>

<http://www.dispersium.es/trello-el-administrador-de-proyectos-definitivo/>

013. DISEÑO DE UN SISTEMA PARA ADMINISTRACIÓN DE VACACIONES.

Autores:

Ing. Evelyn Bueno Salazar

Intendente de Sistemas de Consorcio Puerto Limpio.

ebueno@puertolimpio.com

Ing. Marcos Antonio Espinoza Mina, Mgs.

Doctorando en Administración de Empresas de la UCA (Buenos Aires, Argentina), Catedrático de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Catedrático de la Universidad Agraria del Ecuador.

mespinoza@ecotec.edu.ec

RESUMEN

Los sistemas de información en la actualidad son herramientas fundamentales para la gestión de los procesos de las empresas por lo cual en el presente estudio se presentará el análisis y diseño de un sistema de administración de vacaciones para el personal administrativo y operativo del Consorcio Puerto Limpio. El presentado presentado a continuación fue desarrollado para el Consorcio Puerto Limpio de la ciudad de Guayaquil, con el objetivo de analizar y establecer el algoritmo sobre el sistema de vacaciones, como una propuesta de automatización de este proceso, que actualmente es manual; considerando que entre los principales inconvenientes al llevarlo de esta forma, está la falta de control y demora en la gestión de las vacaciones y el trabajo manual para la obtención de información, aprobación y aplicación de las vacaciones al personal. La solución propuesta no solo automatiza el proceso, sino que le permite optimizarlo al establecer un procedimiento que valide los diferentes parámetros, establecidos en el proceso, para discernir el personal apto para tomar vacaciones, sin afectar el número mínimo de personal que debe quedar laborando para no interrumpir las operaciones. Mediante el levantamiento de información del proceso por medio de reuniones, encuestas y valoración, se ha construido una solución funcional y técnica, que le permitirá a la empresa a corto plazo desarrollar un sistema de información que aporte a una óptima administración del proceso. La propuesta solución ha sido gestionada con las mejores prácticas para la elaboración de documentación de análisis y diseño.

Palabras clave: Análisis, diseño, sistema de información, algoritmo, vacaciones, software.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, mantener procesos manuales para la administración de personal es muy complejo, cuando existe un número superior a 30 personas, ya que las exigencias actuales de los organismos de control laborales, solicitan que la información sea registrada en sus plataformas publicadas en Internet. Este proceso se vuelve más complicado de gestionar, a medida que existe un mayor número de colaboradores en la empresa.

Consorcio Puerto Limpio al contar con más de 2000 empleados en su nómina, requiere disponer de información confiable que permita mitigar el riesgo de errores, por la cantidad de datos que deben procesar tanto para la nómina como para sus procesos paralelos, entre los cuales se encuentran las vacaciones del personal.

Para la ejecución de las diferentes actividades, se debe considerar que la gestión para los procesos tanto administrativos como operativos, son diferentes. Las principales diferencias del proceso radican en que para el personal administrativo, las vacaciones pueden ser parciales y las decide el colaborador con la aprobación de sus jefaturas. En el caso de las vacaciones para el personal operativo, el área de Gestión Humana selecciona un número determinado de colaboradores, basado en parámetros preestablecidos, para asegurar no interrumpir la operación del Consorcio y que el personal seleccionado se encuentre disponible.

Según lo investigado, las consecuencias de que no se tenga automatizado este proceso son:

- Existencia de empleados que no han tomado vacaciones desde el inicio operativo de la empresa, incumpliendo el artículo 69 del código laboral.
- No se cuenta con un control preciso de los periodos de vacaciones que le faltan a los empleados.
- Casos en que los empleados se van de vacaciones, aunque ya no cuenten con días disponibles.
- El área de Gestión Humana selecciona colaboradores para enviar de vacaciones que no se encuentran laborando ya sea por permisos con o sin sueldo.

Este estudio sugiere la automatización de este proceso mediante el análisis y diseño de Este estudio sugiere la automatización de este proceso, y mediante el análisis y diseño propuesto se incluye todas las variables para la implementación futura, por parte de Consorcio Puerto Limpio.

En las secciones detallas a continuación se incluyen definiciones de conceptos relevantes de las herramientas del ciclo de vida del software; se describe las metodologías recomendadas como mejores prácticas para las etapas de desarrollo y documentación, el algoritmo propuesto de implementación del control de vacaciones y finalmente, se presentan las conclusiones del trabajo realizado y las líneas de acción futuras.

2. DESARROLLO Marco conceptual

La investigación está sustentada en estudios varios, que aportarán para el desarrollo de las diferentes etapas de un sistema de información, mediante el cual se espera concluir con las mejores prácticas para el desarrollo y futura implementación del software.

Alarcón define a un sistema de información como un conjunto de componentes que interaccionan entre sí para lograr un objetivo común: Satisfacer las necesidades de información de una organización (Alarcón, 2010).

Laudon indica que un sistema de información se puede definir técnicamente como un conjunto de componentes interrelacionados que recolectan (o recuperan),

procesan, almacenan y distribuyen información para apoyar la toma de decisiones y es el centro de una organización (Laudon, 2004).

Se puede señalar que un sistema de información cuenta con un objetivo definido por la organización, y que sirve para el apoyo en la toma de decisiones de la empresa, por lo que su desarrollo debe contemplar la optimización de los procesos de la organización, de manera que se pueda satisfacer las necesidades por las cuales fue creado.

Es importante que el sistema de información planteado también considere modelo y metodologías como una buena práctica para asegurar buenos resultados.

Goncalves plantea que la experiencia ha demostrado que los proyectos exitosos son aquellos que son administrados siguiendo una serie de procesos que permiten organizar y luego controlar el proyecto, considerando válido destacar que aquellos procesos que no sigan estos lineamientos corren un alto riesgo de fracasar (Goncalves, 2005).

Para este caso de estudio evaluaron las metodologías descritas por (Someerville, 2005), menciona que:

- Modelo de desarrollo de software: es una representación simplificada del proceso para el desarrollo de software, presentada desde una perspectiva específica.
- Metodología de desarrollo de software: es un enfoque estructurado para el desarrollo de software que incluye modelos de sistemas, notaciones, reglas, sugerencias de diseño y guías de procesos.

Con respecto a los modelos utilizados en la actualidad en la ingeniería de software, se revisaron los siguientes modelos basados en lo indicado por Valdéz (Valdéz, 2014):

- El modelo en cascada. Considera las actividades fundamentales del proceso especificación, desarrollo, validación y evolución. Los representa como fases separadas del proceso, tales como la especificación de requerimientos, el diseño del software, la implementación, las pruebas, etcétera.
- El modelo de desarrollo evolutivo (espiral). Este enfoque entrelaza las actividades especificación, desarrollo y validación. Es decir, surge de un sistema inicial que se desarrolla rápidamente a partir de especificaciones abstractas. Basándose en las peticiones del cliente para producir un sistema que satisfaga sus necesidades.
- El modelo de desarrollo basado en componentes. Éste enfoque se basa en la existencia de un número significativo de componentes reutilizables. El proceso de desarrollo se enfoca en integrar estos componentes en el sistema más que en desarrollarlos desde cero.

Con este marco, se decidió tomar este modelo porque se considera que el mismo es estructurado por hacer referencia a las diferentes etapas del proyecto, las mismas que se mencionan a continuación:

- Análisis y definición de requerimientos.
- Diseño del sistema y del software.
- Implementaciones y pruebas de unidades.
- Integración y prueba del sistema.
- Funcionamiento y mantenimiento.

Las etapas citadas no son definitivas, sino que se convierten en un marco de referencia para el desarrollo de los sistemas de información, sin embargo, se podría prescindir de alguna de ellas, dependiendo de la naturaleza del proyecto de desarrollo, o en su defecto expandir una de las etapas, si el proyecto amerita. Con este modelo se cumple con el ciclo de vida de los sistemas de información que se constituye en diferentes fases, según la metodología aplicada.

De las etapas antes mencionadas, como objeto de estudio, se consideraron las dos primeras, ya que estas son aplicables al objetivo de la presente investigación, y cuyo fundamento será vital para el desarrollo de la propuesta planteada como solución.

Con respecto a las metodologías para el desarrollo ágil del software, se han estudiado las siguientes:

- Metodología XP (programación extrema).- Esta metodología acuña el concepto del trabajo en pareja por tareas, las mismas que deben ir dando de forma paulatina mientras se culmina cada una.
- Metodología SCRUM.- Esta metodología, aunque está basada en la XP es una metodología que se preocupa por el retorno de la inversión, además que permite con facilidad los cambios lo que da flexibilidad permitiendo realinear a los objetivos de la empresa, lo que genera buen ambiente de trabajo.

A continuación, se detallan las principales ventajas de esta metodología, según Valdéz (Valdéz, 2014).

- Flexibilidad a cambios
- Reducción del tiempo
- Mayor calidad del software
- Mayor productividad:
- Maximiza el retorno de la inversión (ROI)
- Predicciones de tiempos
- Reducción de riesgos

Resumen marco conceptual

Posterior al estudio teórico realizado, el marco conceptual se estructura según lo detallado en la tabla 1, en la cual se consideran modelos y métodos de desarrollo, como una buena práctica para la elaboración del software, de manera que cuente con las etapas que aseguren un control en la evolución del desarrollo. La propuesta del estudio describe las etapas de análisis y diseño, ya que se espera que sirvan de referencia para el posterior desarrollo de la aplicación de Vacaciones para el Consorcio Puerto Limpio.

Tabla 1. Estructura del marco conceptual

Sistema de información	
Modelo de desarrollo (cascada)	Métodos de desarrollo Ágil
Etapas del desarrollo de software según	
(SCRUM	Análisis
)	Procesos
	Diseño
	Modelo Entidad relación
	Diagrama de clases
	Desarrollo
	Pruebas
	Puesta en producción

Elaboración: Los autores

Marco metodológico

El marco metodológico se apoyó de la investigación de campo en las áreas encargadas de la administración de las vacaciones, así como en el lugar donde trabajan los colaboradores solicitantes de las mismas, para lo cual se utilizó la encuesta que es una técnica que consiste en un conjunto de preguntas para dar respuesta a una o más variables de la investigación.

Se realizaron formatos de encuestas diferentes para las siguientes áreas:

- Encuesta 1 – Departamento de nómina
- Encuesta 2 - Personal operativo CPL (Consortio Puerto Limpio)
- Encuesta 3 - Personal administrativo CPL

En la tabla 2, se puede visualizar el universo de los encuestados.

Tabla 2. Población encuestada

Distribución de la población	Número	Porcentaje
Personal de nómina	6	1,96 %
Personal Administrativo	133	43,46 %
Personal operativo	167	54,58 %
Total Población	306	100,00 %

Elaboración: Los autores

Los resultados de las encuestas realizadas, se resumen a continuación:

- Nómina: En dos preguntas de selección múltiple, se obtuvo confirmación de errores comunes, y en 3 preguntas se afirmó, por parte de los encuestados, la necesidad de automatización en un 100%.
- Operaciones: En cuatro de cinco preguntas, los usuarios ratificaron que han presentado inconvenientes con el proceso actual de nómina y en 1 confirmaron su acuerdo de tener un aplicativo en un 58%.
- Administración: En cuatro de seis preguntas este personal respondió afirmativamente a la tendencia errores en el actual proceso y 2 de ellas, se confirmó su conformidad de automatización en un 93%.

Modelado de la aplicación

Bajo las metodologías y modelos antes estudiados se define la propuesta de estructura de análisis y diseño de la solución.

Estructura del documento de análisis del sistema de vacaciones

El documento de análisis permite plasmar todos los requerimientos del usuario de acuerdo al procedimiento definido por la organización, diferenciando las funcionalidades ente las vacaciones administrativas y operativas; se detalla su estructura en la Tabla 3.

Tabla 3. Estructura del documento de análisis del sistema de vacaciones

- ❖ Antecedente
- ❖ Objetivo
- ❖ Diagrama de flujo propuesto
- ❖ Descripción de funcionalidad
 - o Vacaciones administrativas (Incluye prototipo)
 - o Vacaciones operativas (Incluye prototipo)
- ❖ Definiciones de perfiles de usuarios

Elaboración: Los autores

Principales requerimientos vacaciones administrativas:

- El sistema permitirá la selección parcial de las vacaciones.

- Colaboradores deben tener periodos disponibles de vacaciones y solo podrán tomar la cantidad de días disponibles.
- Las vacaciones se aplicarán al periodo más antiguo que el colaborador posea.
- El periodo de vacaciones se podrá tomar siempre y cuando no se cuente en esos días con permisos médicos o permisos subsidiados.
- La aplicación se integrará con el sistema de marcaciones y evitará el registro de estas, mientras el colaborador esté en el goce de sus vacaciones
- La aplicación se integrará con la aplicación de negocio e Gestión Humana (Spyral) y obtendrá la información de los periodos de vacaciones tomados a lo largo del tiempo laboral del colaborador para aplicarlos en el procesamiento de la nómina mensual, una vez que estos hayan sido tomados en su totalidad.

Principales requerimientos vacaciones operativas:

- Colaboradores deben tener periodos disponibles de vacaciones y solo podrán tomar la cantidad de días disponibles.
- Las vacaciones se aplicarán al periodo más antiguo que el colaborador posea.
- El periodo de vacaciones se podrá tomar siempre y cuando no se cuente en esos días con permisos médicos o permisos subsidiados.
- Se debe validar que, al tener más de un periodo pendiente, se puedan presentar para visualización con distinto color, así como los días pendientes.
- Se deben guardar fechas de liquidación de vacaciones en nómina, para efectos de reporte e indicaciones de cuándo fueron liquidados los periodos tomados por vacaciones.
- Se debe considerar el mínimo disponible de personal parametrizado por bodega, por lo que la selección no debe exceder de la diferencia de este personal. En caso de faltar personal para envío de vacaciones se podrá seleccionar y añadir por parte del Trabajador social.
- Las vacaciones que son ingresadas por feriados en ausentismos se liquidan en el mismo periodo que se generan.
- Enviar correo dos semanas antes que se venza el periodo de vacaciones para que trabajo social coordine las respectivas revisiones del envío a vacaciones.
- Si se niega una solicitud de vacaciones debe de ingresar obligatoriamente el motivo
- La aplicación se integrará con el sistema de marcaciones y evitará el registro de estas, mientras el colaborador esté en el goce de sus vacaciones
- La aplicación se integrará con la aplicación de negocio de la organización, denominada Spyral, y obtendrá la información de los periodos de vacaciones tomados a lo largo del tiempo laboral del colaborador. Además, registrará información de los nuevos periodos tomados para aplicarlos en el procesamiento de la nómina mensual.

Estructura de diseño

El diseño de la aplicación se basó en la estructura planteada en la Tabla 4.

Tabla 4. Estructura del documento de diseño del sistema de vacaciones

Antecedente Definición de actores Diagrama de casos de uso
Vacaciones administrativas: Solicitud y aprobación
Vacaciones operativas Solicitud y aprobación
Esquema de procesos
Objeto
Diagrama de estados
Descripción de estructura de datos Generalidades de las tablas
Ubicación de archivos (fuentes)

Elaboración: Los autores

Este diseño, finalmente permitirá la implementación del aplicativo otorgando las directrices técnicas para este efecto.

En las figuras 1, 2, 3, 4 y 5 se detallan las estructuras de los datos y flujo de actividades de cada uno de los procesos estudiados y evaluados, considerando los controles antes expuestos.

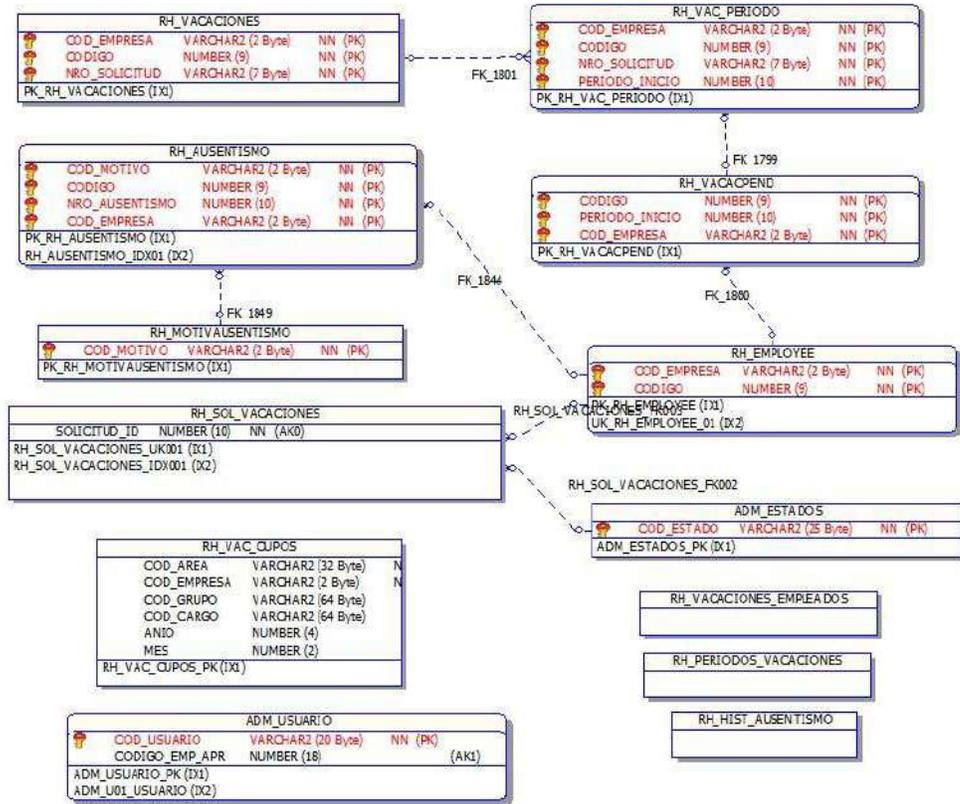


Figura 1. Modelo entidad relación
Elaboración: Los autores

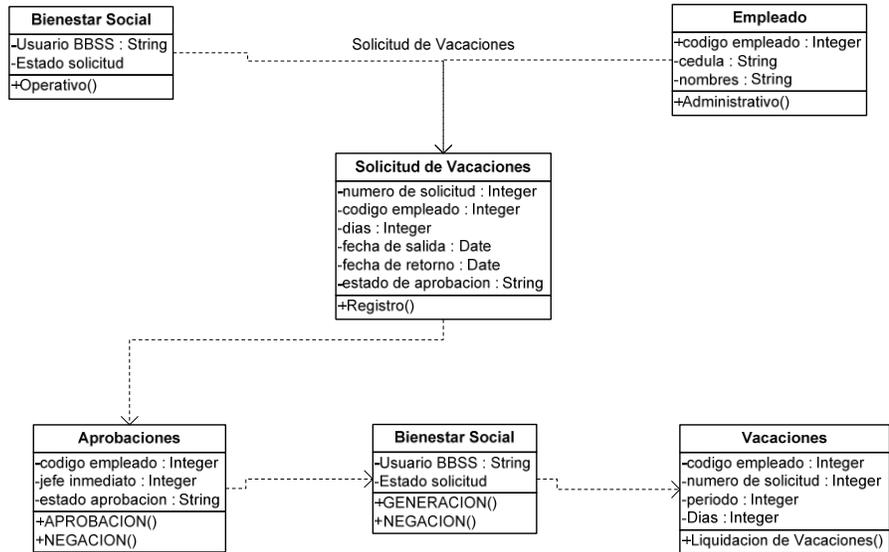


Figura 2. Diagrama de clases
Elaboración: Los autores

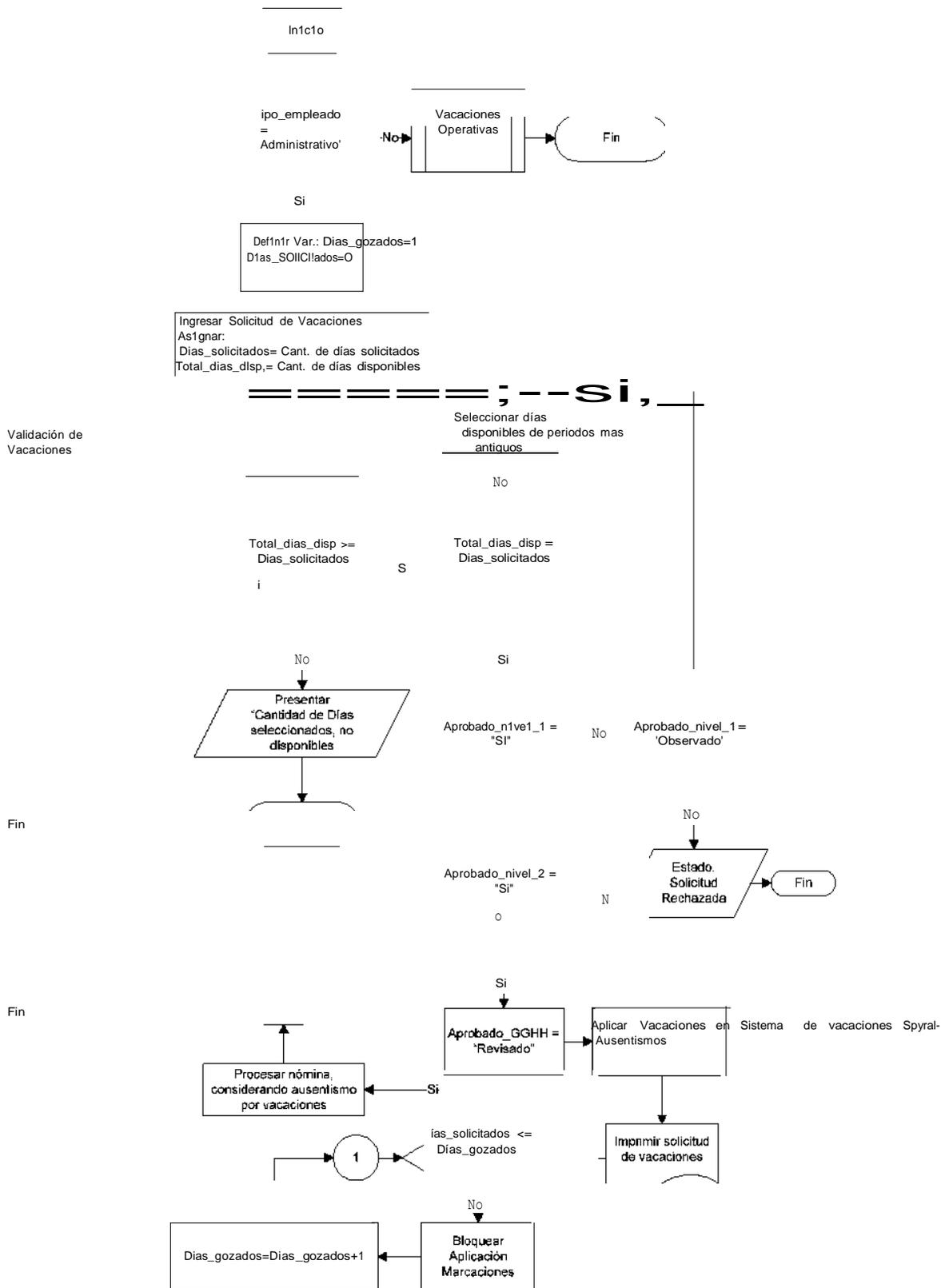


Figura 3. Diagrama del actividades del proceso de vacaciones administrativas
Elaboración: Los autores

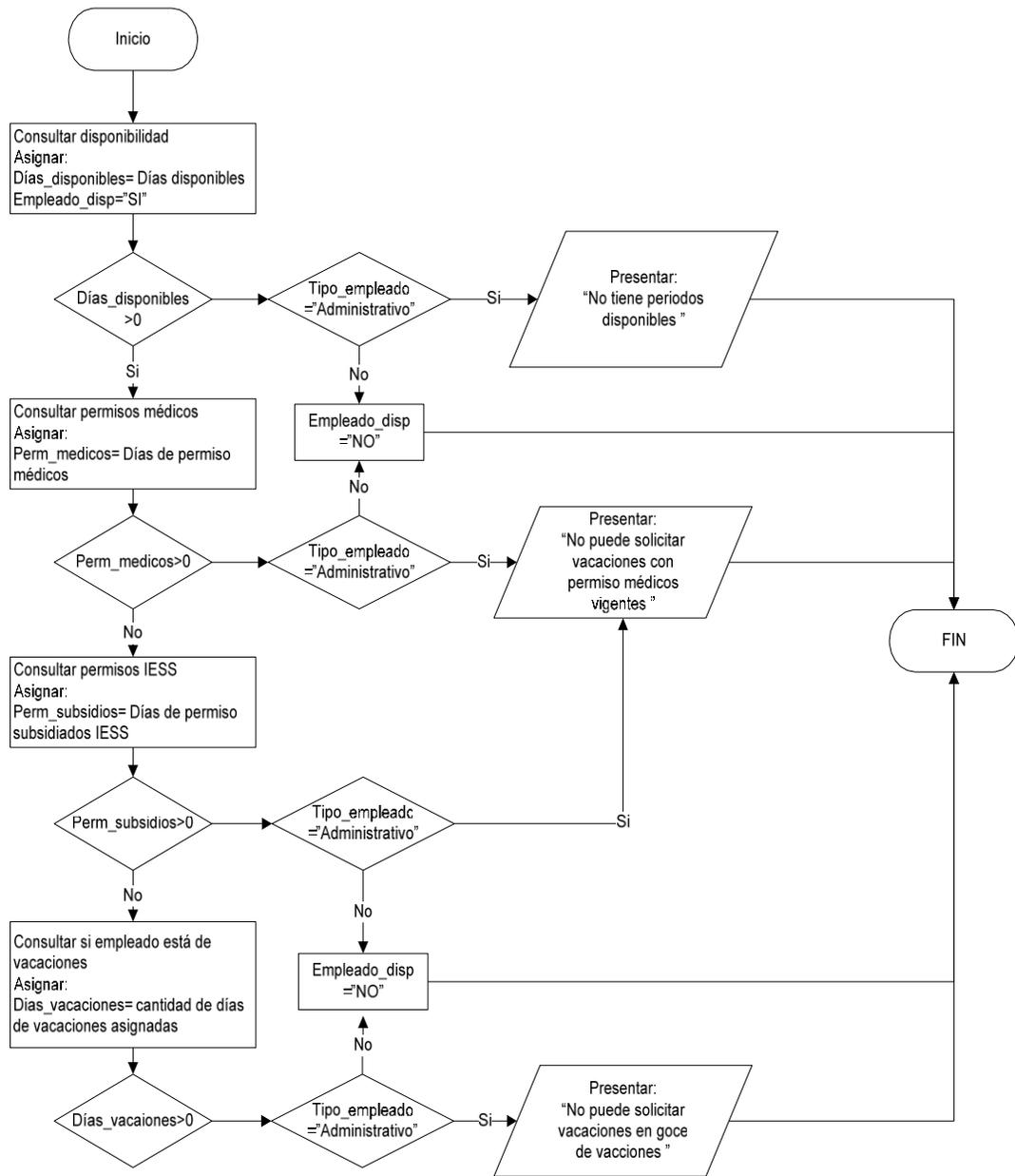


Figura 4. Diagrama de actividades de la “validación de vacaciones” Elaboración: Los autores

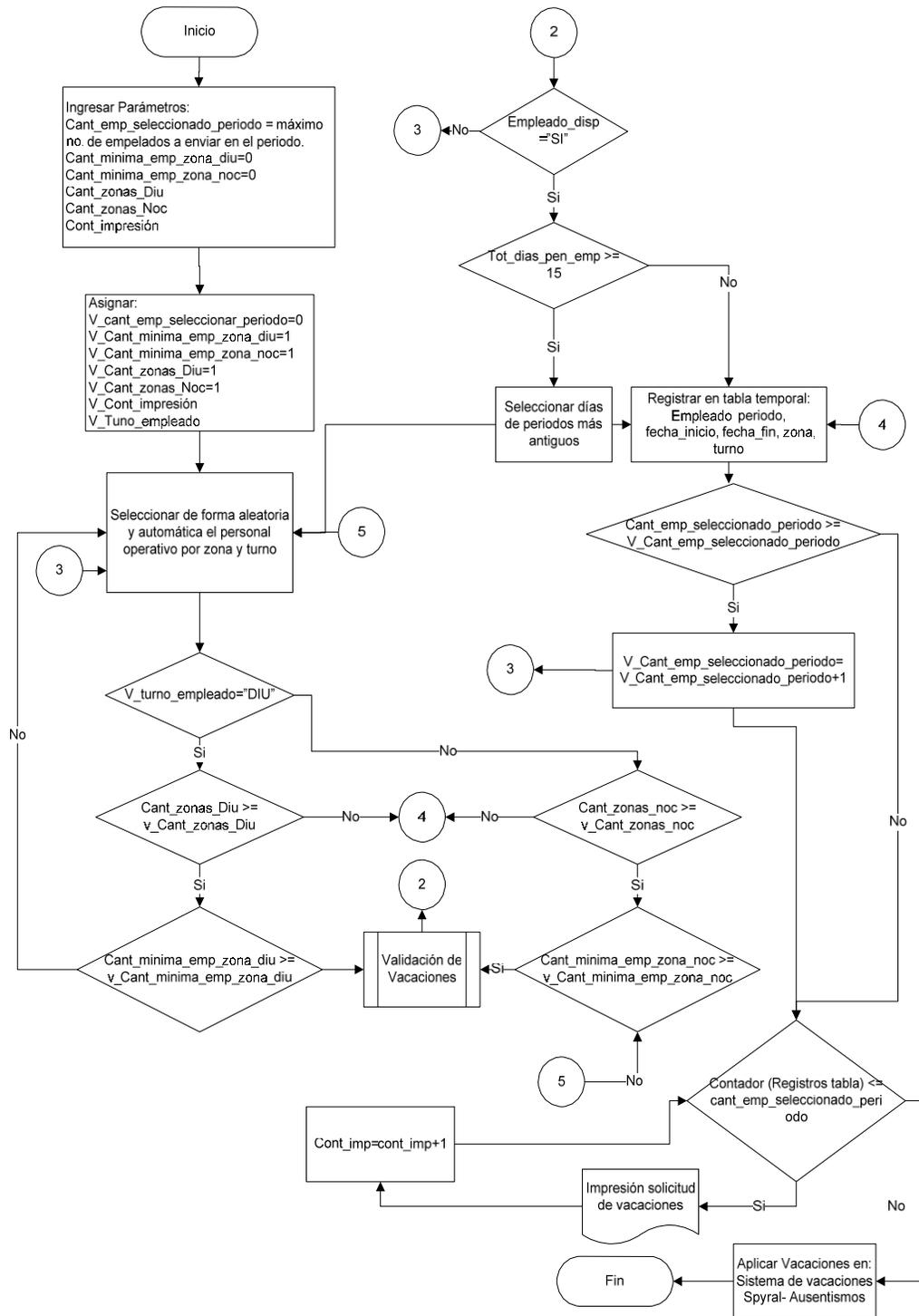


Figura 5. Diagrama de actividades del proceso de vacaciones operativas
Elaboración: Los autores

3. CONCLUSIONES

Se ha identificado que el proceso de vacaciones es de gran importancia para el Consorcio Puerto Limpio, no solo por el cumplimiento legal, sino por el impacto en la operativa por la gran cantidad de personal que debe gestionar mensualmente para el goce de vacaciones.

El presente estudio involucró el análisis y diseño del aplicativo de vacaciones que fue estructurado en un marco conceptual apegado a las mejores prácticas, de manera que el posterior desarrollo del software cuente con guía que garantice la satisfacción de las necesidades y requerimientos de los usuarios dentro del proceso de vacaciones y su adecuado funcionamiento.

El marco metodológico aplicado fue la encuesta, la cual fue realizada a los colaboradores de las áreas interesadas en proyecto: Nómina, Administración y operaciones. Con los resultados obtenidos en las mismas, se corroboró que las mencionadas áreas están de acuerdo con la automatización del proceso mediante la implementación del sistema de vacaciones.

La generalidad de la solución propuesta en el presente estudio, se expone mediante la estructura de los manuales de análisis y diseño del sistema de vacaciones que fueron desarrollados. En el caso del documento de análisis, el contenido fue redactado de acuerdo al levantamiento de información realizado en los diferentes departamentos de la empresa; de todo el trabajo desarrollado se exponen principalmente los parámetros y controles a considerar para la realización de la programación, tales como los algoritmos y flujos de actividades que automatizan la ejecución de este proceso, tanto para el área administrativa como la operativa. En el diseño también se añadieron el modelo entidad relación y el diagrama de clases, elaborados para que a corto plazo se haga la programación del software de vacaciones.

Se puede concluir finalmente que este estudio no solo aporta al desarrollo de un sistema que automatice el complejo proceso de vacaciones operativas a una empresa que cuenta con más de 2000 empleados en su nómina y que por la cantidad de consideraciones estipuladas en el proceso, resulta de alto riesgo realizarlas de forma manual, sumado a esto, debe asegurarse que no se va a afectar la operación de la empresa, al disminuir la cantidad de personal operativo en las bodegas de despacho u otras área críticas, sino que también constituye un modelo replicable para empresas con nóminas de altos números de colaboradores y que cuentan con procesos complejos como los detallados en el presente documento.

Es destacable que este estudio en un futuro puede dar paso la elaboración de otro trabajo de investigación, ya que una vez que se haya desarrollado el software propuesto, basado en el análisis y diseño detallado en el trabajo realizado, se necesitará evaluar su funcionalidad, comparar los resultados esperados y los realmente obtenidos con la automatización del proceso.

4. BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, V. F. (2010). Desarrollo de sistemas de información. En V. F. Alarcón, *Desarrollo de sistemas de información*. Univ. Politéc de Catalunya. Cáceres, L. J. (1998). Técnicas de Investigación en sociedad. En L. J. Cáceres, *Técnicas de Investigación en sociedad*. Pearson Educación.
- Goncalves, M. (2005). Desarrollo de un Nuevo Modelo de Estimación Basado en Metodología Ágil de Desarrollo y Generadores de Aplicaciones. En M. Goncalves, *Desarrollo de un Nuevo Modelo de Estimación Basado en Metodología Ágil de Desarrollo y Generadores de Aplicaciones*.
- Laudon, J. P. (2004). Sistemas de información Gerencial. En J. P. Laudon, *Sistemas de información Gerencial*. Pearson.
- Someerville, I. (2005). Ingeniería del software (séptima ed.). En I. Someerville, *Ingeniería del software (séptima ed.)*. Madrid: Pearson.
- Valdéz, J. L. (2014). Implementación del modelo integral colaborativo (MDSIC). En J. L. Valdéz, *Implementación del modelo integral colaborativo (MDSIC) como fuente de innovación para el desarrollo ágil de software en las empresas de la zona centro* (págs. <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2014/jlcv/software.html>). México.

014. SOFTWARE DE CAPACITACIÓN UTILIZANDO ESTRATEGIAS CONSTRUCTIVISTAS EN EL DESARROLLO TECNOLÓGICO PARA LOS DOCENTES UNIVERSITARIOS.

Autora:

García Torres Ingrid Angélica

(Ingrid.garcia@ug.edu.ec)

Docente en el área de Informática en la Universidad de Guayaquil; Ingeniera de Sistemas Informáticos; Magister en Educación Informática.

Resumen

El éxito de las organizaciones demanda un sofisticado tipo de destreza social y eficacia, que capacite a profesionales para lograr importantes objetivos a pesar de los obstáculos.

La nueva era de la información y la comunicación ha forzado cambios de los ambientes rutinarios de aprendizaje, por otros caracterizados por el cambio y la innovación constantes. El nuevo milenio demanda habilidades o competencias en el manejo de la información por lo tanto los procesos de adquisición, selección y utilización de la misma, así como la creación de nuevos conocimientos, requieren la utilización de herramientas que permitan energizar el proceso de enseñanza aprendizaje.

La tecnología en la actualidad constituyen herramientas fundamental para la enseñanza, los docentes lograrán una mejor oportunidad a los estudiantes para que ellos puedan captar mejor una asignatura de manera significativa y constructivista y así los mismos docentes al hacer uso de las nuevas herramientas lograrían un óptimo desempeño en sus funciones como formadores de juventudes, es por eso que se ha visto la necesidad de implementar un sistema informativo y de capacitación, dirigidas a los docentes de la comunidad Universitaria, ya que con el Sistema diseñado especialmente para el efecto, estos docentes lograrán el objetivo deseado, que es aplicar herramientas de educación en los procesos de enseñanza y obtener la excelencia académica de los estudiantes, futuros forjadores de la Patria.

Finalmente, se considera que hay que buscar las oportunidades de ayuda o de mejora en la Educación aprovechando las tecnologías computacionales.

Palabras Clave: Software Educativo, Estrategias Constructivistas, Desarrollo Tecnológico, Capacitación, Tecnología de la Información.

Introducción

El presente proyecto tiene como finalidad ejecutar Estrategias Constructivistas en el Desarrollo Tecnológico de las universidades, con el propósito de dar solución a un problema que sobrelleva las instituciones y que afecta a los procesos académicos, los cuales no responden a Los requerimientos de las instituciones educativas y de los avances tecnológicos del mundo actual entre ellos se destaca la enseñanza con estrategias avanzadas tecnológicas.

Teniendo como objetivo principal *Determinar la incidencia de las metodologías en el desarrollo Tecnológico para el diseño de un módulo de metodologías y estrategias constructivistas*, mediante una investigación de campo tomando una muestra para el diseño de un programa como tal. Para lograrlo tomamos los objetivos específicos: *El de Precisar las metodologías de desempeño diario para el desarrollo del proceso didáctico Educativo. Investigar las metodologías y Estrategias, Desarrollo Tecnológico, Procesos Didácticos Educativos. Identificar las necesidades educativas de los docentes enfocados en el Aprendizaje Educativo e Integrar de manera pertinente los fundamentos teóricos del aprendizaje constructivista para la comprensión a la propuesta.*

El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación constituye uno de los factores clave para comprender y explicar las transformaciones económicas, sociales, políticas y culturales de las dos últimas décadas.

En conclusión para resolver este problema se ha propuesto el Diseño de Software Informativo y de Capacitación utilizando estrategias constructivistas en el desarrollo tecnológico para los docentes Universitarios, utilizando la metodología de la investigación corresponde al modelo antes mencionado, con modalidad para que el proyecto sea factible.

La intención de este proceso de transformación es que hay dos elementos que son muy valiosos, pero que por sí solos no son suficientes, uno, profesores con una enseñanza didáctica constructivistas y la formación constante cada vez más actualizada. Por otro lado, para que la formación de los docentes contribuya en la transformación y modernización en el plantel, éstos deben proponer cambios reales en las prácticas educativas.

Fundamentación Teórica

Metodologías y Estrategias Constructivistas en el Desarrollo Tecnológico.-

El aprendizaje implica dar significado a lo que se aprende, tanto al conocimiento conceptual como a la práctica -procedimientos y valores. El conocimiento se elabora y se construye a

partir de la experiencia y los conocimientos previos insertos en la cultura del aula. Por ello, el cambio conceptual no es un proceso individual de dar sentido a la experiencia personal. El aprendiz necesita acceso no sólo a las experiencias de la comunidad próxima, sino a los modelos y conceptos compartidos por la comunidad científica.

El punto central es analizar cómo estos juegos lúdicos y las nuevas tecnologías (objetos de aprendizaje) como herramientas constructivistas intervienen en el proceso de aprendizaje de los estudiantes. Los objetos de aprendizaje pueden proporcionar al alumno herramientas excelentes para la aplicación de conceptos en una variedad de contextos, por lo tanto, rompen con el aislamiento artificial escolar llevando a situaciones del mundo real. Expresa (Zúñiga, Alejandro 2013).

El aprendizaje significativo, por descubrimiento, y todas las actuaciones relativas a un aprendizaje activo en el que el alumno es el protagonista, los sujetos del estudio valoran muy positivamente las prácticas derivadas del enfoque constructivista, sin embargo, al analizar la aplicación práctica de los docentes, se confirma el hecho de que la aplicación del constructivismo en las aulas no tiene la presencia esperada, teniendo en cuenta la cantidad de afirmaciones y opiniones positivas hacia el citado enfoque.

La principal razón del estudio de las probabilidades es que los fenómenos aleatorios tienen una fuerte presencia en nuestro entorno. Tradicionalmente, la mayoría de las aplicaciones mostradas en el estudio de la probabilidad se refieren al campo de los juegos del azar, porque éste es familiar e interesante para los alumnos y porque los espacios muestrales en estas aplicaciones son finitos. Indica (Méndez, Cristian 2013).

Software Informativo y de Capacitación Docente.-

El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación constituye uno de los factores clave para comprender y explicar las transformaciones económicas, sociales, políticas y culturales de las dos últimas décadas. El rol que desempeñan estas innovaciones tecnológicas en el alcance y la dirección de los cambios sociales y culturales continúa siendo, sin embargo, materia de controversia.

“Conjunto de flujos de información, de diálogo y de influencia recíproca existentes entre los componentes del sector rural y entre ellos y los demás sectores de la nación afectados por el funcionamiento de la agricultura, o interesados en el mejoramiento de la vida rural”. Nos muestra (Vásquez, Omar 2010).

Un programa de capacitación es: “el instrumento que sirve para explicitar los propósitos formales e informales de la capacitación y las condiciones administrativas en las que se desarrollará. El programa debe responder a las demandas organizacionales y las necesidades de los trabajadores”. (Aguilar, Morales 2010).

Fundamentación Filosófica

El esfuerzo impostergable y consiente por elevar la calidad de vida en la actualidad, así como por propiciar un desarrollo verdaderamente sostenible para la mayoría de la sociedad supone, entre otros elementos, atender y perfeccionar a la educación, ya que para el mejoramiento práctico de los procesos educacionales del nivel superior, posee como importante precedente la reflexión crítica y el asentamiento sobre sólidas y multidisciplinarias bases científicas de la labor de los docentes.

La ponencia muestra el panorama educativo impuesto por los tres procesos filosóficos que alimenta la educación; desde la visión del ser humano como ser supremo ante la humanidad, como un ente cultural en relación a sus principios, y como responsable del medio que lo rodea. (Coyachamín, 2012).

El estudio y la fundamentación científica de la práctica educativa puede tener lugar a partir de diversas ópticas y perspectivas disciplinarias, como son la economía de la educación, la psicología educativa, la sociología de la educación, la didáctica educativa, la historia de la educación, la metodología de la investigación educativa y la filosofía de la educación, entre otras.

En otros lugares son formas de concebir e interpretar a la filosofía de la educación en el transcurso de su larga historia. Entre ellas podemos encontrar su comprensión como la enseñanza del pensamiento filosófico en el contexto de la educación en general o en los cursos que preparan a profesores, como sistema teórico o escuela de pensamiento que reflexiona acerca de las bases o significados formativos y/o existenciales de la educación, como modo de vida o comportamiento al interior de la escuela o del proceso docente, como disciplina.

Por otro lado, la apreciación de valores en la educación, como las asunciones o creencias que conscientemente o no se encuentran presentes en el proceso educacional, como análisis lingüístico o conceptual de la educación, como estudio de carácter ya sea empírico y/o lógico del fenómeno educativo, como filosofía moral en el contexto educativo, como teoría de la educación, como disciplina acerca de los fines y funciones de la educación, como forma de reflexión crítica y justificación de los propósitos de la educación, como base o instrumento.

Mientras tanto considero que es necesario e indispensable no abandonar la reflexión filosófica sobre la educación, ya que esta perspectiva teórica de analizar dicha forma de actividad social de los hombres puede y debe contribuir al perfeccionamiento tanto de su armazón teórica como de su accionar práctico; más para ello se precisa superar aquellas formas tradicionales y declarativas de asumir a la filosofía de la educación y concebir dicho estudio como un instrumento.

No obstante la comprensión y transformación de la actividad educacional desde el enfoque filosófico, a lo cual hemos llamado los fundamentos filosóficos de la educación, entendidos como el análisis filosófico de la educación, y en particular del proceso de enseñanza -aprendizaje que allí tiene lugar, que ofrece un conjunto de instrumentos teórico-prácticos que permiten desenvolver la actividad educacional de un modo más consciente, óptimo, eficiente, eficaz y pertinente.

El materialismo histórico instruye a que todo hombre tiene que saber su historia, para saber por qué luchar. En toda historia se sabe de una estructura económica, base real sobre la que se alza la superestructura jurídica y a la cual le pertenece la estructura social. En el interior de esta estructura social se encuentran las clases sociales entre ellas el proletariado y los capitalistas que se encuentran continuamente disputando por la plusvalía, el plus valor. Esta disputa se la llama la dialéctica que está regulada por la superestructura jurídica que la controla mediante las leyes judiciales. (Céspedes, 2010).

Esta corriente filosófica define la materia como el sustrato de toda realidad objetiva (física) y subjetiva (el pensamiento) e interacción de la misma, emancipa la primacía e independencia de la materia ante la conciencia y lo espiritual, declara la cognoscibilidad del mundo en virtud de su naturaleza material, y aplica la dialéctica basada en las leyes dialécticas propuestas por Hegel para interpretar el mundo.

El Materialismo Dialéctico. -

Es la corriente del materialismo filosófico de acuerdo a los planteamientos originales de Friedrich Engels y Karl Marx. La teoría según la cual en la realidad no hay más que materia o, dado que se reconozca algo no material, la materia se concibe por lo menos como la realidad fundamental, de la que ha brotado lo inmaterial.

Fundamentación Pedagógica

Las corrientes pedagógicas contemporáneas responden al reclamo social de una formación que les permita a los sujetos resolver problemas de diferente índole de forma autónoma, esto significa, poder enfrentar la búsqueda de soluciones, encontrar una respuesta y tener algún control sobre ésta, dado que en la mayoría de los casos, los problemas que se presentan implican encontrar respuestas nuevas a preguntas también nuevas.

La pedagogía como pilar fundamental de la educación debe poner énfasis en la evolución de los conocimientos de manera estratégica en el contexto del estudiante para la orientación respectiva del talento humano (Camilo, 2012)

El constructivismo, en un plano más humilde, vino al mundo para hacernos ver que nuestro conocimiento es construido imperfectamente desde bloques que solo pueden catalogarse como reflejos o creencias. En el constructivismo no hay ideas “puras”; la cognición humana no es el edificio perfecto de ideas básicas que se combinan con lógica impecable para formar ideas más complejas. Todo lo que pasa en nuestras cabezas es en esencia un mundo personal que sorpresivamente se adapta al mundo exterior.

Abundando en la opinión todo lo que se genera en la cognición humana es producto de una combinación de sentimientos, prejuicios y juicios, procesos inductivos y deductivos, esquemas y asociaciones, representaciones mentales que juntos nos dan elementos para resolver nuestros problemas. Este “juntar” es construir estructuras de significado y la manera de ‘juntar’ es altamente personal, algo que realmente no se puede enseñar sino que se tiene que dejar al individuo a que lo construya y una vez que ha construido tiene paralelo en el mundo real.

El constructivismo surge como una corriente epistemológica; tanto en autores como Vico, Kant, Marx o Darwin y exponentes actuales. Existe la convicción de que «los seres humanos son productos de su capacidad para adquirir conocimientos y para reflexionar sobre sí mismos, lo que les ha permitido anticipar, explicar y controlar propositivamente la naturaleza, y construir la cultura (Arreola, 2012).

Se considera al alumno poseedor de conocimientos sobre los cuales habrá de construir nuevos saberes. No pone la base genética y hereditaria en una posición superior o por encima de los saberes. Es decir, a partir de los conocimientos previos de los educandos, el docente guía para que los estudiantes logren construir conocimientos de los aprendizajes. Un sistema educativo que adopta el constructivismo como línea psicopedagógica se orienta a llevar a cabo un cambio educativo en todos los niveles.

Los métodos pedagógicos.-

Se refiere a la planificación de los contenidos programáticos que se diseñan para lograr los objetivos y propósitos planteados. Estos contenidos deben ser pertinentes y acordes a la realidad y el entorno en que nos desenvolvemos, deben ser acordes a las aptitudes e intereses de los estudiantes, en el sentido de que se enseña para que los estudiantes aprendan y no para que memoricen, dejando de lado la información irrelevante, se debe enseñar aspectos aplicables al contexto local.

El Modelo Constructivista.-

Mantiene que la persona tanto en los aspectos cognitivos y sociales como en los afectivos, no es un producto del ambiente ni resultado de sus disposiciones internas, sino una reconstrucción propia que se va reproduciendo constantemente como resultado de la interacción entre estos dos factores. El conocimiento no es una copia fiel de la realidad, sino una reconstrucción del individuo.

Los modelos pedagógicos resultan como la misma conceptualización del término, una tarea sumamente complicada debido al uso indiferenciado del término para un mismo evento. En algunas fuentes se encuentra como modelos educativos, en otras como modelos pedagógicos, en algunas más se habla de teorías o enfoques educativos o de paradigmas psicoeducativos para referirse a una misma situación. (Arreola, 2012)

Pero la problemática del método juega un papel central en la pedagogía. La pedagogía es sinónimo de "método" como modo organizado y consciente de prácticas, regularidad implícita o explícita de mecanismos de acción, de un hacer y de un cómo hacer. Numerosos métodos tienen lugar o han hecho carrera en pedagogía: el inventario aquí es imposible. Cada momento o modelo pedagógico ha tenido por objeto la definición, la justificación o la invención de métodos.

Por contraste el método depende a su vez del hacia donde se tiende y del camino que allí conduce él es camino y marcha. Se sigue un método como se sigue una pista. Un método no es el resultado o el medio seguro de producir un resultado, y en consecuencia una solución preestablecida, sino una manera de comprometer las prácticas concebidas. Así que no se aplica un método: se sigue, o se le pone en marcha como un modo de realización.

Por tanto todos los métodos en pedagogía no son métodos pedagógicos, si se considera que la pedagogía también puede administrar el sistema de enseñanza solamente desde su interior. Así, las metodologías por objetivos, la evaluación, la gestión de proyectos alrededor del principio de la pedagogía de control, proponen herramientas y pasos de gestión y de organización de la actividad pedagógica más allá de las maneras de enseñar y de aprender.

Fundamentación Andragógica

Tradicionalmente se nombran fuentes del currículo a los campos de la realidad social, educativa y disciplinar que proveen de elementos informativos apropiados para diseñar y desarrollar el currículo de un determinado nivel, modalidad o trayecto formativo. Académicamente existe un consenso al reconocer que son cinco las fuentes que se valoran como las más significativas por brindarnos desde su particularidad y procedencia heterogénea los elementos concretos y complementarios para realizar una correcta fundamentación curricular.

El vocablo Andragogía surge en oposición al término Pedagogía (παιδίου, niño y άγω, conduzco), pues Kapp considera a esta última como una disciplina que restringe el proceso educativo a la niñez, sin extenderlo a la vida total del ser humano y que, además, se centra más en la transmisión de conocimientos que en su construcción. (Alonso, 2012)

Fundamentación Tecnológica

Desarrollo Tecnológico.-

Hay distintas opiniones y a una gran incógnitas de la tecnología que se encuentra en su evolución, en su desarrollo, su importancia radica en la dirección en que las tendencias de la técnica y la tecnología tomarán a futuro y la preocupación del hombre, si ese cambio o transformación lo podrá controlar a voluntad o simplemente tendrá que aceptarlo tal cual fuere su desarrollo de manera autónoma.

La utilización de las tecnologías de la información y la comunicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje, se expresa en el desarrollo de Software educativo, la multimedia, el uso de entornos virtuales de enseñanza-aprendizaje entre otros. Son alternativas que nos brinda la tecnología ya que mediante los mismos se puede mejorar la educación. (Vargas, 2011).

Metodología

Documental.- Porque la Investigación se la realizó recolectando información para redescubrir hechos, sugerir problemas de manera escrita, analizando estos resultados de manera coherentes.

De campo.- La investigación de campo se realizó en la Universidad de Guayaquil a los Docentes y estudiantes de todas las carreras.

Bibliográficos.- Textos de autores afines con la pedagogía contemporánea tal como Gimeno Sacristán, con el modelo Constructivista como: Jean Piaget, Lev Semenovich Vigotsky y David Paul Ausubel. La Pedagogía Progresista como John Dewey.

Tipos de la Investigación.-

Este trabajo de investigación está enmarcado dentro de la modalidad cuantitativa y cualitativa en razón que en el problema los objetivos y datos a recolectar tienen las dos dimensiones ya que se desea conocer la factibilidad del programa de capacitación a los docentes del colegio Fiscal Camilo Ponce Enríquez de la Ciudad de Guayaquil. Es por eso que la metodología aplicada es sumamente importante para la realización de esta investigación.

Cualitativo.- Porque la mayor parte de la información en un setenta por ciento es bibliográfica, documental y Página Web.

Cuantitativo.- Porque se realizó una encuesta a 337 docentes, a 374 estudiantes de la Universidad de Guayaquil.

Con la colaboración de los docentes y estudiantes de las facultades y de las carreras de la Universidad de Guayaquil se utiliza la siguiente población especificada:

Población Universitaria

	Población
Docentes	35000
Estudiantes	63397
Total	98397

Fuente: La Informática Andragógica para la Universidad de Guayaquil
Elaborado por: Ing. García Torres Ingrid

Muestra de la población

	Muestra
Docentes	380
Estudiantes	382
Total	762

Fuente: La Informática Andragógica para la Universidad de Guayaquil
Elaborado por: Ing. García Torres Ingrid

**Encuesta realizada a la Muestra obtenida de la Comunidad Universitaria
Docentes**

Preguntas	Si	No	Si %	No %	Total
1.- ¿Usted ha creado material didáctico digital para sus clases?	150	230	39.47%	60.53%	100%
2.- ¿Utiliza usted materiales didácticos digitales interactivos en los que sus estudiantes participan activamente?	143	237	37.63%	62.37%	100%
3.- ¿El material didáctico que usted ha desarrollado ha sido utilizado en el desarrollo de sus clases?	110	270	28.95%	71.05%	100%
4.- ¿Utiliza usted las nuevas tecnologías para comunicarse con sus estudiantes?	133	247	35.00%	65.00%	100%

Fuente: La Informática Andragógica para la Universidad de Guayaquil
Elaborado por: Ing. García Torres Ingrid

**Encuesta realizada a la Muestra obtenida de la Comunidad Universitaria
Estudiantes**

Interrogantes	Si	No	Si %	No %
1.- ¿El nivel de tecnología de la Universidad de Guayaquil es propicia para su aprendizaje?	108	274	28.27%	71.73%
2.- ¿Usted considera necesario cursos especiales de formación en el uso las Tecnologías Informática para los docentes?	300	82	78.53%	21.47%
3.- ¿Considera que el aprendizaje de la ofimática y técnicas informáticas son necesarias para la vida diaria?	274	108	71.73%	28.27%
4 ¿Considera usted que la utilización de la Informática mejora las prácticas en el aprendizaje?	250	132	65.45%	34.55%

Fuente: La Informática Andragógica para la Universidad de Guayaquil
Elaborado por: Ing. García Torres Ingrid

Como apreciamos en las encuestas de los docentes, la mayoría de ellos de toda la Universidad de Guayaquil muestran no tener una disciplina tecnológica y de no tener un claro conocimiento del manejo de tecnología informática en el aula. En cuanto a lo que se aprecia en las encuestas de los estudiantes, ellos concideran muy necesario de que los docentes tengan capacitaciones con respecto a la informática y todo lo referente a la ofimática y otros programas que crean conveniente para la enseñanza- aprendizaje.

Conclusiones y Recomendaciones

El diagnóstico realizado para determinar la necesidad de la capacitación a los docentes de la Universidad de Guayaquil para que tengan estrategias constructivistas, permite concluir y recomendar lo siguiente:

- 1.- Los docentes y estudiantes están conscientes en que la utilización de los procesos de enseñanza tecnológicos es sumamente importante.
- 2.- Los docentes entrevistados requieren de un proceso continuo de capacitación, actualización y mejoramiento en sus funciones como docentes, requiriendo profundizar sus conocimientos en el adecuado uso operativo y educativo de las herramientas y recursos que ofrecen la tecnología y nuevos métodos y estrategias de enseñanza.
- 3.- Los docentes encuestados se encuentran altamente motivados y están completamente dispuestos a seguir capacitándose para mejorar su actuación como docentes.
- 4.- La ausencia de cursos y talleres de capacitación en el tema planteado nos brinda el escenario ideal para desarrollar una propuesta que llene este vacío ya que las funciones de docencia requieren del desarrollo de un conjunto de competencias y habilidades por parte de ellos, que solo se pueden alcanzar con un proceso continuo de capacitación, en donde se incluyan los aspectos técnicos y pedagógicos.

Este diagnóstico, permite enfatizar en la necesidad de plantear una propuesta para el Diseño de un Software de Capacitación utilizando estrategias constructivistas en el desarrollo tecnológico para los Docentes Universitarios

Recomendaciones

En base a las conclusiones expuestas antes, me permito hacer las siguientes recomendaciones:

- 1.- Incentivar a los estudiantes y docentes en lo que es la importancia de la utilización de nuevas tecnologías y la facilidad que proporciona al proceso de enseñanza aprendizaje.
- 2.- Recomendar a las autoridades del plantel que realicen constantes capacitaciones en el uso de nuevas técnicas y tecnología de enseñanza, dirigidos a los docentes en general.
- 3.- Diseñar un sistema informativo y de capacitación de nuevas y mejores formas de enseñanza constructivistas a los docentes de la Comunidad Universitaria.
- 4.- Desarrollar cursos o talleres adicionales que complementen el óptimo de los procesos de enseñanza.

015. MODELO DE VIRTUALIZACIÓN DE SERVIDORES Y SU APLICACIÓN EN EL ENTORNO UNIVERSITARIO

SERVER VIRTUALIZATION MODEL AND ITS APPLICATION IN THE UNIVERSITY ENVIRONMENT

Autores:

David Arcesio González Barrezueta, Ing.

MAIN dagonzalh@hotmail.com Ecuador

Manuel Osmany Ramírez Pírez, MSc.

Magister en Nuevas Tecnologías para la Educación Facultad de Ingeniería en Sistemas y Telecomunicaciones Universidad Tecnológica ECOTEC mramirez@ecotec.edu.ec
Ecuador

Ana María Arellano Arcentales, MSc.

Magister en Docencia y Gerencia en Educación Superior Facultad de Ingeniería en Sistemas y Telecomunicaciones Universidad Tecnológica ECOTEC aarellano@ecotec.edu.ec
Ecuador

RESUMEN:

La virtualización de servidores es un tema actual que trae grandes beneficios en los centros de datos y ha sido aplicado en innumerables empresas y Universidades de todo el mundo, sin embargo, estas bondades no son aprovechadas como se espera en muchos centros de educación superior. El presente artículo propone un modelo de virtualización de servidores en el entorno universitario a partir del análisis de las características y funcionalidades de las dos herramientas de virtualización más importantes que existen en el mercado, como son VmwareVsphere ESX Server e Hyper-V de Microsoft. Para lograr el cumplimiento de los objetivos se realizaron encuestas y entrevistas al personal del data center, así como, estudios similares de diferentes autores, a partir de ello se seleccionó VmwareVsphere ESX Server como herramienta de virtualización más viable, optimizando recursos y contingencia de los servicios, con un ahorro de energía del 50% del consumo actual de los servidores.

Palabras claves: Virtualización, Vmware, Hyper_V, Servidor.

ABSTRACT

Server virtualization is a hot topic that brings great benefits in data centers and has been applied in many companies and universities around the world, however, these benefits are not exploited as expected in many centers of higher education. This article proposes a model of server virtualization in the university environment based on the analysis of the features and functionality of the two most important virtualization tools that exist in the market, such as VMware vSphere ESX Server and Microsoft Hyper-V. To achieve compliance with the objectives surveys and interviews with staff data center were made, as well as similar studies of different authors, since it was selected VMware vSphere ESX Server as a tool most viable virtualization, optimizing resources and services contingency with an energy saving of 50% of current consumption of the servers.

Keywords: Virtualization, VMware, Hyper V, Server.

INTRODUCCIÓN

Entre las nuevas exigencias de calidad que demanda la universidad para su desarrollo y perfeccionamiento, está el soporte tecnológico adecuado para brindar un servicio eficiente con el mínimo de gastos. A pesar de esto, en muchas instituciones persiste el problema de la subutilización de recursos tecnológicos; sin embargo, se sigue incurriendo en gastos por adquisición de servidores, hardware y software (Fuentes, 2010).

Ante esta realidad herramientas como la virtualización apuestan por ser una buena solución. El concepto de virtualización presentado por Oñate (2015), se refiere a una capa de abstracción que separa el hardware del sistema operativo, optimizando y flexibilizando de esta manera la utilización de los recursos computacionales. Este paradigma permite que múltiples máquinas virtuales con sistemas operativos heterogéneos puedan funcionar simultáneamente en la misma computadora. Cada máquina virtual tiene asignado un conjunto propio de recursos de hardware sobre el que pueden funcionar diferentes aplicaciones.

Teniendo en cuenta las bondades que ofrece la virtualización, la comunidad científica ha desarrollado investigaciones que aportan soluciones encaminadas al aprovechamiento de los recursos informáticos. El trabajo presentado por Fuentes (2010), propone el acceso remoto seguro a cuentas de usuario en un servidor universitario virtualizado con VMware, evaluando diversas tecnologías de conexiones remotas seguras, bajo idénticas conexiones y parámetros de comprobación. Como principales conclusiones de este trabajo señalan el uso de la plataforma VMware server como la más recomendable tanto para host anfitrión como en el performance de la red.

Por su parte Hernández (2011), presenta una estrategia para la reducción de costos mediante el uso de la virtualización, demostrando el alto potencial de la virtualización, para lograr retornos de inversión en lapsos de tiempo menores a un año. Así mismo Aragón y Arcas (2010), exponen el desarrollo de una plataforma de virtualización orientada a servicios, enfocada a resolver desaprovechamiento de los recursos de hardware.

De Marrero (2011), define en detalle qué es la virtualización, ventajas e inconvenientes al aplicar esta tecnología a servicios sobre intranets y algunos casos de éxito. Hernández (2011), propone una estrategia de virtualización para un centro de cómputo, donde se indican las prácticas comunes en la selección de los componentes de la virtualización y los servidores en un proyecto de virtualización, así como, buenas prácticas de seguridad necesarias para reducir la superficie de ataque al ambiente virtual de producción.

Meneses et al. (2011) se enfoca en el entorno virtual de red (VNE, Virtual Network Environment), en un ambiente distribuido, independiente de la plataforma de Virtualización. utilizando técnicas de modelado fundamentadas en el Modelo de Información Común (CIM, CommonInformationModel) del Grupo de Trabajo para Gestión Distribuida (DMTF, Distributed Management TaskForce).

Ante este escenario, el presente artículo propone un modelo de virtualización de servidores y su aplicación en el entorno universitario a partir del análisis de las características y funcionalidades de las dos herramientas de virtualización de servidores más importantes que existen en el mercado, como son VMwareVsphere ESX Server y Hyper-V de Microsoft. Para ello se parte de un inventario físico de la tecnología existente, y se caracterizan las funcionalidades de los servidores que posee la institución y se hace un análisis del diagrama de red actual de la universidad.

El artículo se inicia con un análisis del estado de la virtualización en varios escenarios, a continuación se analiza la metodología y se propone el diseño de virtualización, finalmente se muestran los resultados y conclusiones de la investigación.

DESARROLLO

Los servidores x86 no fueron diseñados para admitir una virtualización completa, por lo que VMware tuvo que superar muchos obstáculos para crear servidores virtuales a partir de servidores x86; a diferencia de los Mainframes y servidores Unix los cuales si soportan una virtualización completa.

Para superar estos obstáculos VMware desarrolló una técnica que “atrapa” las instrucciones cuando estas se generan, de manera que puedan ser virtualizadas y adicionalmente permite que las demás instrucciones que se han generado puedan ser procesadas sin problema alguno. VMware logró con esta técnica una virtualización de alto rendimiento que se adapta al hardware del host y mantiene una total compatibilidad de software.

A través de un software llamado Hypervisor o Monitor de máquina virtual con sus siglas VMM (Virtual Machine Monitor), se puede crear una versión virtual de un componente de hardware como, CPU, memoria, tarjetas de red o dispositivos de almacenamiento. Es decir, el Hypervisor permite que un recurso de hardware sea dividido en varios entornos de ejecución y administrado por varios entornos virtuales. Estas versiones virtuales de componentes de hardware, son las que se van a asignar a los servidores virtuales (Vmware Inc., 2015).

El Hipervisor o VMM también se encarga de administrar y gestionar cada uno de los requerimientos hacia o desde cada uno de los recursos físicos del servidor, como CPU, memoria, disco y red, repartiéndolos entre todas las máquinas virtuales que se han creado en el host o servidor físico y haciendo posible la ejecución de varios servidores virtuales sobre un mismo servidor físico.

Par estructurar la propuesta de virtualización de servidores serán necesarios los siguientes componentes:

VMwareVsphere

Es una suite de virtualización de infraestructura que provee virtualización, administración, optimización de recursos, disponibilidad de los aplicativos y la capacidad de ofrecer operación automática de los servidores virtuales, todo en un paquete integrado.

Vsphere virtualiza y agrega recursos físicos de hardware a través de múltiples sistemas y provee “pools” de recursos virtuales para que sean asignados a las diferentes máquinas virtuales que se crearán en el data center. Adicionalmente, Vsphere provee un conjunto de servicios distribuidos que permiten aplicar, políticas de recursos asignados, alta disponibilidad y escalabilidad en todo el data center virtual (Vmware Inc., 2012).

Infraestructura Física

Lo común es que el sistema operativo y las aplicaciones se ejecuten en un servidor físico. Aunque se han presentado algunos cambios que permiten que un gran número de servidores físicos se ejecuten en un data center, este modelo no es flexible y puede ser ineficiente, ya que se cuenta con costos asociados a la infraestructura (espacio en el rack, poder, refrigeración, cableado y mantenimiento), adicional con costos asociados a la administración de estos equipos.

Por lo general, siempre existe una relación de 1:1 entre el servidor físico y el aplicativo que va a ejecutarse en este. Esto ocasiona que no se aproveche al máximo el uso de un servidor, ya que por lo general solo se usa entre el 5% y 10% de la capacidad de procesamiento. Es decir, no se aprovecha el servidor al 100% y puede ser muy caro el disponer de un espacio físico para el servidor, fuente de energía y mantener el sistema en un ambiente refrigerado (Vmware Inc., 2012).

Otro tema importante a considerar es el tiempo dedicado a preparar o provisionar un nuevo servidor para un nuevo aplicativo, ya que es un proceso que tarda mucho tiempo. Por ejemplo, el tiempo en revisar propuestas, colocación del servidor en el data center, instalar y parchar el sistema operativo, configurar la red LAN(Local Area Network) red de área local y la red SAN(*Storage Area Network*) red de área de almacenamiento, configurar el nuevo aplicativo, todas estas tareas toman su tiempo.

Infraestructura Virtual con Vmware

La virtualización con Vmware permite ejecutar una mayor cantidad de procesos en un mismo servidor por la consolidación que se realiza en la infraestructura física, ya que las aplicaciones se ejecutan en máquinas virtuales. Al convertir la infraestructura física en un data center virtualizado se obtiene como beneficios la reducción de espacio físico en los racks, energía, enfriamiento, cableado, almacenamiento y componentes de red, por la reducción del número de computadores físicos o máquinas físicas.

La reducción de computadores físicos es el resultado de convertir computadores físicos a computadores virtuales (Virtual Machines) y consolidando los computadores convertidos o virtuales en un único host.

Al usar la tecnología de virtualización con Vmware también cambia la forma en que los nuevos servidores son requeridos. No es necesario esperar hasta que el nuevo hardware sea comprado o el cableado sea instalado, ya que si se necesita un nuevo servidor virtual se lo crea a través de una interface gráfica de usuario la cual es intuitiva (Vmware Inc., 2012). Es decir, en contraste al largo proceso de obtener y preparar un nuevo servidor físico, la preparación de una máquina virtual puede ser realizada en minutos.

Compartición de Recursos

La clave para entender la virtualización es tener claro el concepto que todos los recursos físicos son compartidos. Vmware permite que se ejecuten múltiples máquinas virtuales en un mismo servidor físico, cada una de estas máquinas virtuales compartirán los recursos de este servidor físico. Las virtual machine compartirán el acceso a los CPU y el que controlará la ejecución será el hipervisor. También, a cada virtual machine se le asignará su propia región de memoria y compartirán el acceso a las tarjetas de red y controladoras de discos. Vmware hace posible que diferentes máquinas

virtuales puedan ejecutar diferentes sistemas operativos y aplicaciones en el mismo servidor físico.

Cuando las máquinas virtuales son ejecutadas en un servidor con ESXi, a cada máquina virtual le es asignada una porción de recursos físicos.

El hipervisor se encarga de administrar los recursos y permite que las máquinas virtuales se ejecuten en varios CPUs y se les asigne memoria física.

Así como las aplicaciones, las máquinas virtuales usan ancho de banda de red y de disco. Sin embargo, las máquinas virtuales son administradas con un mecanismo de control que permite verificar la cantidad de acceso disponible para cada máquina virtual. Con la configuración por defecto de asignación de recursos, todas las máquinas virtuales que se encuentran en el mismo servidor físico con ESXi reciben igual compartición de recursos disponibles (Vmware Inc., 2012).

Virtualización de Procesadores

La virtualización de procesadores destaca el performance y se ejecuta de ser posible directamente en los procesadores que están disponibles. Los recursos físicos son usados cuando sea posible y la capa de virtualización ejecuta instrucciones solamente cuando es necesario que las máquinas virtuales operen como si estuvieran siendo ejecutadas directamente en un servidor físico.

La tecnología usada por Vmware no es emulación. La emulación y virtualización son dos conceptos diferentes. La diferencia radica en que en la emulación todas las operaciones se ejecutan en un emulador por software. Este emulador por software permite a los programas que se puedan ejecutar en una arquitectura de computadora diferente para la cual fueron creadas o escritos. La emulación se realiza al emular o reproducir la computadora original al aceptar los mismos datos de entrada y obtener los mismos resultados. La emulación provee portabilidad y permite que un software que ha sido diseñado para un tipo de plataforma pueda ser ejecutado en otras. Sin embargo, el performance se ve afectado (Vmware Inc., 2012).

Cuando las máquinas virtuales se están ejecutando sobre un servidor con ESXi, estas máquinas virtuales deben de competir por recursos de CPU. Cuando ocurre una contención por CPU, el servidor con ESXi reparte “pedazos de tiempo de ejecución” de procesador a todas las máquinas virtuales, lo cual permite que cada máquina virtual se ejecute como si tuviera un número de procesadores virtuales asignados (Vmware Inc., 2015).

Virtualización de Memoria

En un ambiente no virtualizado, el sistema operativo administra toda la memoria física del sistema. Cuando un aplicativo empieza a ejecutarse, este usa la interface provista por el sistema operativo para alocar o liberar páginas de memoria virtual durante la ejecución. La memoria virtual es una técnica bien conocida, la cual es usada en todos los sistemas operativos y todos los procesadores modernos la soportan. La memoria virtual crea espacios uniformes de direcciones virtuales para las aplicaciones y permite al sistema operativo y al hardware direccionar y traducir direcciones entre el espacio de direcciones virtuales y el espacio de direcciones físicas (Vmware Inc., 2015).

Esta técnica permite que un programa se adapte para soportar grandes direcciones de espacio, protección de procesos, mapeo de archivos y swapping en los computadores modernos.

Al virtualizar con Vmware la capa de virtualización crea un espacio continuo de direcciones de memoria para la máquina virtual cuando esta es inicializada. El espacio de memoria es asignada cuando la máquina virtual es creada y tiene las mismas propiedades como el espacio de direcciones virtuales (Vmware Inc., 2012).

Esta configuración permite al hipervisor ejecutar varias máquinas virtuales simultáneamente mientras se protege la memoria de cada máquina virtual para que no sea accesada por otras máquinas virtuales. Es decir, cada máquina virtual solo podrá direccionar a su espacio de memoria asignado, evitando así que se presenten conflictos de memoria entre las máquinas virtuales o lentitud al liberar direcciones continuas de memoria para una máquina virtual.

Virtualización de la RED

La clave de los componentes de red virtuales en una arquitectura virtual, son las tarjetas de red virtuales y los switches virtuales. Una máquina virtual puede ser configurada con más de una tarjeta virtual.

Los switches virtuales permiten a las máquinas virtuales configuradas en el mismo servidor con ESXi comunicarse entre ellas usando los mismos protocolos que podrían ser usados sobre switches físicos, sin la necesidad de usar hardware adicional. Los switches virtuales también soportan VLANs (Redes de área local virtual o LAN virtual) que sean compatibles con el standard de VLANs de otros vendedores, como Cisco, hp.

VmwareVsphere y la Nube (Cloud Computing)

Los mismos beneficios que se obtienen cuando se virtualiza un centro de datos, son los mismos que se obtienen cuando se crean servidores virtuales en la "Nube". La Nube ofrece beneficios relacionados al crecimiento dinámico y escalable. La consolidación y el provisionamiento rápido de servidores

virtuales resultan en el uso y reuso de alto nivel de los servidores que permite obtener un uso efectivo del capital invertido en los equipos.

Cuando se utiliza tecnologías como Virtual Machine Migration, alta disponibilidad, protección integrada de datos y administración centralizada, es fácil darse cuenta como Vsphere es una opción clara para crear plataformas en la Nube (Vmware Inc., 2012).

Hyper-V

Es un rol que puede adquirir un servidor instalado con Windows Server 2008 o Windows Server 2008 R2, lo cual proveerá toda la infraestructura y herramientas básicas de administración que se utilizarán para crear y administrar un ambiente de servidores virtuales.

Hyper-V es una tecnología de virtualización basada en hipervisor de tipo 2 o host. El hipervisor es la plataforma de virtualización específica del procesador que permite que múltiples divisiones de sistemas operativos puedan compartir un mismo servidor físico.

La capa de virtualización se ejecuta dentro de la partición “padre” y tiene acceso directo a los dispositivos de hardware. En la partición padre se crean las particiones “hijas”, donde se alojan los sistemas operativos de los servidores virtuales.

Después de la instalación inicial de Windows Server 2008 R2, el sistema operativo puede acceder directamente al hardware del servidor. Luego, al configurar el rol de Hyper-V, una capa de hipervisor es añadida entre el sistema operativo y los recursos de hardware (Microsoft Corporation, 2010).

El sistema operativo instalado se convierte en la partición “padre” desde la cual se pueden crear y administrar las particiones “hijos”. Las particiones hijos no tienen acceso directo a los recursos de hardware, los cuales son presentados como dispositivos virtuales a las particiones hijas o servidores virtuales.

Los drivers en la partición padre son usados para acceder al hardware del servidor físico. Las particiones hijos usan los dispositivos virtualizados a través de los drivers del Virtual Server Client (VSC) Servidor Cliente Virtual, el cual se comunica a través del Virtual Machine Bus (VMBus) con el Virtual Service Provider (VSP) Proveedor de servicios virtuales, en la partición padre. Los requerimientos hacia los dispositivos virtuales son re direccionados a través del VMBus o a través del hipervisor, a los dispositivos en la partición padre.

El VMBus administra los requerimientos. El VMBus es un canal lógico de comunicación entre particiones. En la partición padre se ejecuta el VSP, el cual se comunica a través del VMBus para capturar los requerimientos de accesos hacia los dispositivos de hardware desde las particiones hijos (Microsoft Corporation, 2010).

En las particiones hijos se ejecutan los VSCs, los cuales re direccionan requerimientos de los dispositivos hacia los VSPs en la partición padre y a través del VMBus.

Principales Diferencias entre VmwareVpshere Server y Hyper-V

A continuación se muestra una tabla que indica las principales características que presentan las dos herramientas de virtualización que se están evaluando, Vmware Vsphere Server y Microsoft Hyper-V.

Tabla 1: Comparación de VmwareVpshere Server y Hyper-V

Características	Vmware Vsphere Server	Hyper-V
Facilidad de instalación	SI	NO
Soporte para USB	SI	SI
Facilidad de administración	SI	SI
Rendimiento	SI	+/-
Hipervisor Nativo	SI	NO
Alta disponibilidad	SI	SI
Clúster de equipos	SI	SI
Número de Nodos en clúster	320	64
Fiabilidad	SI	NO
Seguridad	SI	+/-

VmwareVsphere Server sobrepasa en muchas características a Hyper-V, esto es debido principalmente a la madurez que presenta Vmware respecto a Hyper-V, ya que Vmware tiene más de una década desarrollándose en el campo de la virtualización, mientras que Microsoft tiene pocos años incursionando en este campo.

Otro punto importante a considerar es que Vmware al disponer de un hipervisor pequeño, ESXi de 32MB, que interactúa directamente con el hardware, lo hace mucho más rápido y menos vulnerable que el hipervisorHyper-V de 2GB de Microsoft. Por otro lado tenemos la fiabilidad, ya que mientras se estima que ESXi puede trabajar más de 1000 días sin requerir un reinicio, Hyper-V requiere un reinicio cada 30 días por los updates y parches de Microsoft (Davis, 2009).

Finalmente Vmware soporta una mayor variedad de sistemas operativos para los guests o servidores virtuales en comparación con Hyper-V, esto entre otras ventajas hacen que Vmware sigue siendo la herramienta número uno por quinto año consecutivo en la virtualización de servidores, de acuerdo al cuadrante mágico de Gartner 2014 (Gartner Inc., 2014).

Diseño e implementación de la propuesta

Para la solución propuesta se usarán servidores hp BladeSystems y un almacenamiento de datos Hitachi, los cuales presentan muy buen rendimiento y disponibilidad.

El enclosure HP Blade C3000 es donde se alojarán los servidores HP Blade, SwitchesBlade de RED y SwitchesBlade FC SAN para la conexión a un almacenamiento de datos o storage a través de una red SAN.

Este enclosure también consta de una tarjeta para la administración del enclosure y de todos los dispositivos que estén instalados en este.

El servidor Blade BL460c G7 es donde se ejecutarán las máquinas virtuales, el que constará de 2 procesadores six core, 64GB de RAM, 4 puertos de RED y 2 puertos de SAN.

Para la solución propuesta se necesitarán de dos servidores con las mismas características, los cuales estarán configurados en un clúster Vmware. En el enclosure HP Blade C3000 se instalarán dos LAN Switches Ethernet 6125G, los cuales permitirán la conectividad interna y externa de los servidores con la red LAN del cliente y dos SAN SwitchesBrocade 8/12c.

Almacenamiento Hitachi HUS130

El almacenamiento o storage es donde residirán los datos de forma centralizada para todas las máquinas virtuales. Contará con dos controladoras para garantizar el acceso a la información en caso de que una falle. Adicionalmente se dispondrá de 4 discos SAS de 900GB, de los cuales 3 formarán un POOL de discos en RAID 5 y el disco restante se lo configurará en SPARE, es decir para redundancia.

Debido a que toda la información actual consolidada de los servidores de la Universidad no ocupa más de 1700GB, la configuración propuesta permitirá disponer de un espacio en bruto de 2700GB, de los cuales 1740GB serán para cubrir las necesidades actuales y 960GB para crecimientos a futuro.

Con esta solución el consumo de energía total estaría en alrededor de 1006 Watts, lo cual significa un ahorro de 934 Watts. A continuación se muestra la conexión lógica de los equipos:

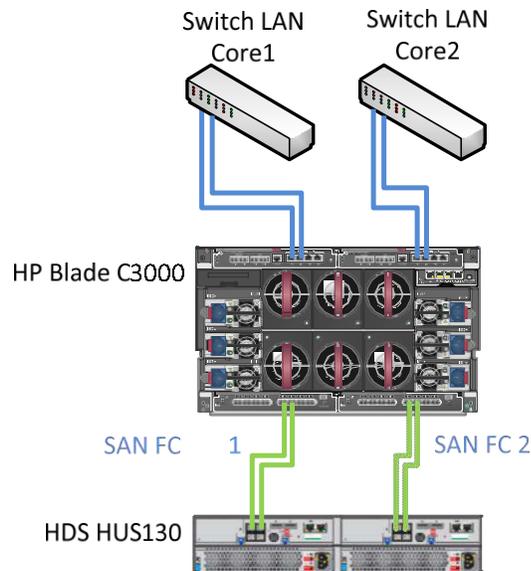


Ilustración 1: Conexión Lógica de equipos Hitachi HUS130

La siguiente tabla contiene la información consolidada correspondiente a los recursos de memoria, cantidad de cores y espacio en disco que se asignarían a cada máquina virtual.

Distribución de recursos – Servidores Virtuales

ESXi	Host Name	Memoria GB	Número de Cores	Espacio en Disco GB
ESXi-1	fwproxy	9	1	20
	srvre	4	1	120
ESXi-2	adminecotec	4	2	600
	serverweb	4	2	850
	suecotec	5	1	150
Total Mem GB		26		
Total Cores			7	
			Total Disk GB	1740

Tabla 2: Distribución de recursos en Servidores Virtuales

Como se puede observar en la tabla anterior, solo se virtualizarían cinco servidores físicos de la Universidad, ya que los dos restantes, adminecotec2 y backup, son usados como servidores de contingencias de los servidores de base de datos y firewall respectivamente, no siendo necesario disponer de estos equipos ya que los servidores virtuales estarían configurados sobre un clúster de VMware que se configuraría con los dos servidores Blade. Al estar configuradas las máquinas virtuales sobre un clúster de VMware, si un servidor blade falla, las máquinas virtuales que se ejecutan sobre ese servidor harían failover al otro equipo que se encuentra operativo.

Se asignarían en total 26GB de RAM, 7 CPU Cores y 1740GB de espacio en disco a las máquinas virtuales; lo cual dejaría 38GB de RAM, 5 CPU Cores y 960GB de espacio en disco, libres para la creación de nuevos ambientes o crecimiento de los servidores virtuales configurados.

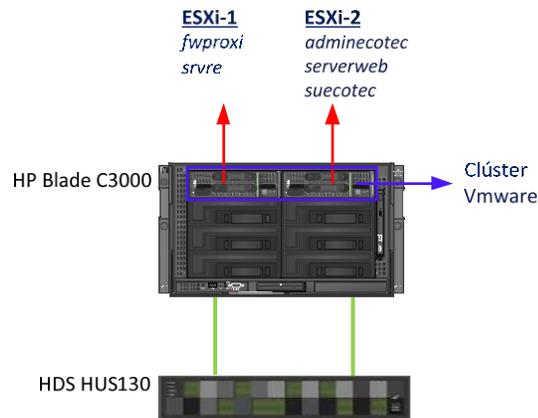


Ilustración 2: Distribución de máquinas virtuales en servidores ESXi

En la figura anterior se puede apreciar la distribución de las máquinas virtuales en los dos servidores ESXi que se configuran y forman parte de un clúster de VMware. A continuación la figura inferior muestra el diagrama de RED.

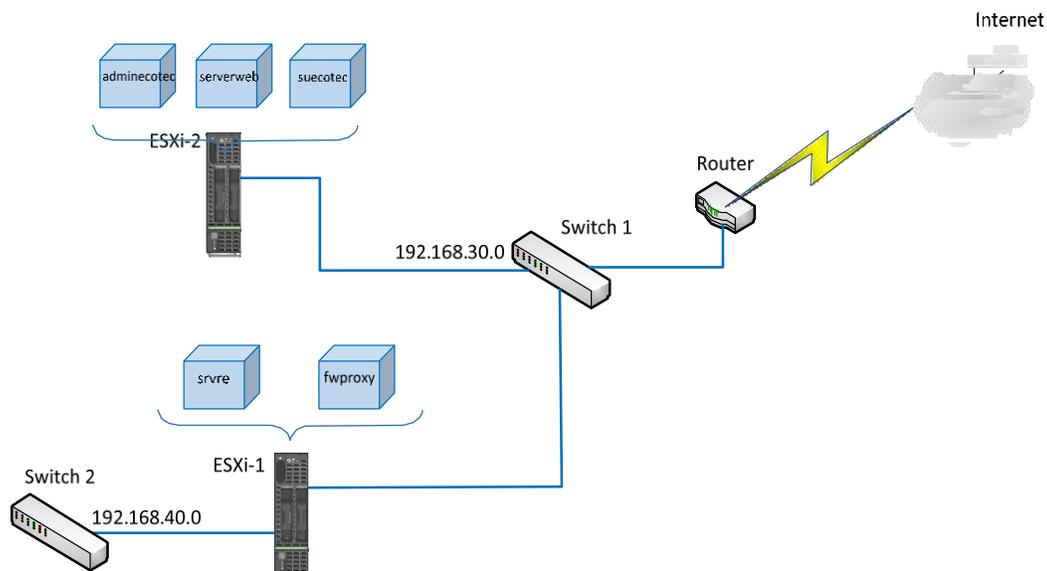


Ilustración 3: Diagrama de Red de la distribución de máquinas virtuales en servidores ESXi

Tipos de Contingencias de la Solución Propuesta

A continuación, se indican los tipos de contingencias con que contaría la solución propuesta:

Tabla 3: Tipos de Contingencias - Servidores Virtuales

Contingencias	Estado
Red	SI
Energía	SI
Discos	SI
RAID	SI
SAN	SI
Clúster	SI
Disponibilidad inmediata de servicios	SI

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla anterior, la solución propuesta contaría con la contingencia de todos los recursos de hardware, lo cual permitiría la disponibilidad inmediata de los servicios informáticos que prestan los servidores.

CONCLUSIONES

VmwareVsphere presenta mejores características y funcionalidades que Hyper-V, tales como mejor rendimiento, hipervisor nativo que interactúa directamente con el hardware, mayor escalabilidad y crecimiento en los nodos que pertenecen al clúster, mayor fiabilidad y seguridad del ambiente. Dado el análisis realizado se determina como herramienta de virtualización a VmwareVsphereESXi Server 5.5, ya que cumple con las características técnicas necesarias para el desarrollo de un diseño de virtualización de servidores en la Universidad Ecotec.

La infraestructura actual de servidores de la Universidad no cuenta con las funcionalidades básicas de redundancia de red, disco y energía, por lo cual no es recomendable realizar la virtualización de servidores usando esos equipos ya que no se garantiza la disponibilidad de los servicios informáticos bajo esas condiciones.

El uso de los recursos de procesador y memoria en cada servidor, no están siendo aprovechados o usados en su máxima capacidad por lo que no existe un aprovechamiento óptimo de estos recursos, lo cual no garantiza un retorno total de la inversión realizada. Con el diseño de servidores virtuales propuesto se logra optimizar el uso de recursos de CPU, memoria y disco, ya que se los consolida y administra de forma centralizada.

Con la solución propuesta se dispondrá de contingencias a nivel de red, energía, espacio en disco y de disponibilidad de los servicios de base de datos, aplicativos, servicios web y firewall de la Universidad.

La virtualización de servidores maximiza la productividad facilitando las actualizaciones y migraciones de sistemas operativos, base de datos y aplicativos a través de la disponibilidad inmediata de los ambientes necesarios

BIBLIOGRAFÍA

1. Fuentes, W., Enríquez, M., & Veloz, D. (2010). Acceso remoto seguro a cuentas de usuario utilizando plataformas de virtualización. *Facultad de Ingeniería*, 19(29), 91-102.
2. González Aragón, D. (2008). Desarrollo de una plataforma de virtualización.
3. Hernández Brito, C. É. S. A. R. (2011). *Virtualización como una estrategia para reducir costos de operación en centros de cómputo* (doctoral dissertation).
4. Martín, Diego; Marrero, Mónica; Urbano, Julián; Barra, Eduardo; Moreiro, José-Antonio. "Virtualización, una solución para la eficiencia, seguridad y administración de intranets.". *El profesional de la información*, 2011, mayo-junio, v. 20, n. 3, pp. 348-354.
5. Meneses Becerra, F. H., & Guerra Cruz, L. A. (2015). Artículo Científico-Sistema de control y seguridades para el proyecto AVES (Aplicación de Tecnologías de Virtualización para la ESPE) empleando la metodología AUP.
6. Mozo, M. (2012). *BENEFICIOS ECONOMICOS DEL SOPORTE TECNOLOGICO DE LA VIRTUALIZACION DE SERVIDORES EN LAS PYMES*. Lima.
7. Oñate Andino, M. A. (2015). Análisis Comparativo de Soluciones de Virtualización de Desktops (VDI) como Alternativa para Mejorar la Gestión de Escritorios de Trabajo Dentro de una Red Corporativa.
8. Oracle Corporation. (2015). *Virtualización de Oracle*. Recuperado el 5 de Marzo de 2015, de Oracle:
<http://www.oracle.com/lat/technologies/virtualization/overview/index.html>
9. Virtualizacion. (15 de Marzo de 2004). *Historia de la Virtualizacion*. Recuperado el 25 de Octubre de 2014, de Virtualizacion - El Magazine de la Virtualización & Cloud Computing: <http://www.virtualizacion.com/virtualizacion/>
10. Vmware Inc. (2006). *Virtualization Overview*. Palo Alto: Vmware.
11. Vmware Inc. (2012). *VMware vSphere: Install, Configure, Manage*. Vmware Education Services.
12. Vmware Inc. (2014). *VMware nombrado líder en el Cuadrante Mágico 2014 para infraestructura de virtualización de servidores x86, por quinto año consecutivo*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2014, de Noticias de VMware:
http://www.vmware.com/latam/company/news/releases/VMware-x86-Gartner-MQ-2014-Final_SPA_MM2-09072014
13. Vmware Inc. (2015). *Soluciones para pequeñas y medianas empresas*. Recuperado el 7 de Marzo de 2015, de Vmware:
<http://www.vmware.com/latam/smb/desktop-virtualization>

14. VMware Inc. (2015). *Virtualizar para lograr eficiencia, una mayor disponibilidad y unos costes menores*. Recuperado el 21 de Octubre de 2014, de Aspectos básicos de la virtualización:
<http://www.vmware.com/es/virtualization/virtualization-basics>
15. VMware Inc. (s.f). *VMware Compatibility Guide*. Recuperado el 28 de Marzo de 2015, de VMware:
<http://www.vmware.com/resources/compatibility/search.php?deviceCategory=software>

016. MODELO DE SEGURIDAD BASADO EN LA GEOLOCALIZACIÓN.

Autores:

Ing. Oiner Gómez Baryolo. PhD

Doctor en Ciencias Técnicas

Máster en Administración de Empresas (Mención en Telecomunicación)

Docente de la Facultad de Sistemas Computacionales y Telecomunicaciones de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Samborondón, Guayas, Ecuador

ogomez@ecotec.edu.ec

Ing. Lizandro Antonio Molina Sabando. MSc

Jefe de Desarrollo de la Unidad Central de Coordinación Informática de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Manabí, Manta, Ecuador.

lizandro.molina@uleam.edu.ec

RESUMEN

La ciudadanía se encuentra expuesta a constantes actos de robos y agresión que atentan en contra de su seguridad física y económica. En muchos de los casos optan por no denunciar las incidencias porque se considera una pérdida de tiempo. Esto trae consigo que la delincuencia cobre cada día mayor fuerza, porque no se implementan todos los mecanismos tecnológicos y de gestión de la seguridad necesarios para resolver los casos. En los últimos años la geolocalización de personas, vehículos, mascotas, etc. constituye una alternativa efectiva para prevenir, detectar y mitigar los delitos de robos, agresión, secuestros, entre otros.

En el presente trabajo se describe un modelo integral de seguridad basado en tecnologías de geolocalización aplicables a diferentes escenarios de la sociedad. Se presentan casos de éxitos que permiten comprender el funcionamiento de este tipo de soluciones y así encontrar nuevas alternativas. La propuesta está formada por varios componentes que interactúan entre sí en tiempo real y están desarrollados sobre software libre. El modelo propuesto integra componentes para dispositivos móviles, aplicaciones web, dispositivos GPS, servidores web y de base de datos, mecanismos de comunicación en tiempo real, entre otros.

Palabras Claves: *seguridad, geolocalización, tiempo real, dispositivos móviles, aplicaciones web, dispositivos GPS, servidores web y de base de datos*

I.- INTRODUCCIÓN

Con el desarrollo intelectual del ser humano va avanzando a pasos agigantados la tecnología, en estos tiempos se presenta una era donde la computación no es consumida desde un escritorio sino ya acepta la realidad de que un ser humano se mantiene en constante movimiento; con esto empieza a surgir una era móvil donde

las personas cada vez más realizan sus actividades del diario vivir ya no solo desde una laptop sino cada vez se hace más frecuente la presencia de dispositivos celulares inteligentes y de tablets dado por su fácil acceso y portabilidad, de esta manera logra facilitar el desarrollo de nuestras obligaciones sin que haya la necesidad de realizar dicha actividad de manera presencial [1].

Dada a las necesidades de comunicación desde un celular inteligente cada vez más presente, se hacen desarrollan nuevas alternativas de cara al cliente que facilitan el acceso a la información. Entre las tecnologías más utilizadas con este fin podemos resaltar las web, integradas por bibliotecas adaptables a cualquier resolución y navegador. En esta capa se integra el HTML5, CSS3, JavaScript y otras tecnologías que agilizan el proceso de desarrollo y flexibilizan el uso de los sistemas.

Con el paso del tiempo ha cambiado la forma en que las organizaciones gestionan sus procesos, debido a la necesidad de poder contar con información confiable, íntegra y oportuna que facilite la toma de decisiones en función del cumplimiento de sus objetivos estratégicos. Los cambios producidos están relacionados en gran medida con el desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y su utilización en las diferentes esferas de la sociedad [2].

Como parte del desarrollo de las TIC y de la necesidad de alcanzar una cultura de gestión de información y conocimiento, se fortalece cada día la relación entre la gestión de información, las tecnologías y los Sistemas de Información (SI). Desde el punto de vista práctico un SI está compuesto por un conjunto de procesos, datos, modelos, tecnologías y personas que responden a una estructura coherente en función del propósito de una organización.

Anteriormente la información requerida de localización era difícil de conseguir o de medir, pero en esta era digital éste tipo de información se produce no solo en tiempo real, sino que puede ser obtenida, claro está, con permiso del usuario, de manera inmediata para integrarse con sistemas dinámicos, desde redes sociales hasta estrategias empresariales. La Geolocalización es un término relativamente nuevo, que se ha venido usando desde mediados del 2009, y que hace referencia a conocer nuestra Ubicación Geográfica de manera automática y en lo posible en tiempo real.

Existe una gran variedad de formas para que esto suceda, y sin duda, los dispositivos móviles son los que, con mayor facilidad permiten la actualización de nuestra posición, por un lado, el desarrollo de múltiples mecanismos que permiten la localización geográfica de un dispositivo, bien mediante la aplicación de la tecnología de Geoposicionamiento Satelital (GPS), comunicación inalámbrica (Wi-Fi), o las propias redes de telefonía móvil; así mismo el desarrollo de la banda ancha móvil permite obtener una conexión permanente a Internet con dispositivos de última generación (smartphone) [3].

¿Qué es la Geolocalización?

Para localizar un punto sobre la superficie terrestre se recurre a las coordenadas geográficas, latitud y longitud de cualquier punto situado sobre la superficie terrestre. Por otro lado, se puede decir que el 80% de toda la información almacenada en

soporte electrónico está relacionada con alguna localización geográfica o es susceptible de serlo, tratándose muchas veces de grandes volúmenes de datos que en ocasiones resultan inviables para ser transferidos por la red.

En un mundo emergente de nuevos servicios y desarrollo de nuevas aplicaciones dirigidas a la evolución de la llamada Web 2.0, encontramos un nuevo elemento al que se ha denominado Geolocalización, Georreferenciación o Geoposicionamiento. Algunos autores definen la Geolocalización como la “práctica de asociar un recurso digital (imágenes, videos, elementos de texto, etc.), con datos que contienen una dimensión espacial” [4].

La Geolocalización es un término relativamente nuevo, que se ha venido abriendo espacio desde mediados del año 2009 y que hace referencia al conocimiento de la ubicación geográfica de lugares, objetos o personas mediante el incesante uso de ciertas herramientas tecnológicas, tales como, Internet, navegadores, satélites, telefonía móvil, PDA, tablets, etc. Es por ello, que la llegada de la Geolocalización es un tema a tratar en la actualidad, como tecnología que se basa en los Sistemas de Información Geográfica, y que permite entre otras cosas informar a los usuarios de cuál es su situación con respecto a, la de los demás, y a su vez asociarla a lugares del mundo real.

La geolocalización también puede ser obtenida a partir de una dirección MAC, RFID (identificación de radiofrecuencia), conexión inalámbrica y por coordenadas de un Sistema de Posicionamiento Global (GPS). Muchos smartphones utilizan un GPS integrado para enviar la información de su localización. Algunos, como el iPhone, solicitan tu autorización antes. Pero atención, porque también puede ser fuente de ciberespionaje y de intentos de atentar contra la identidad digital y la privacidad del internauta.

Existe software específicamente diseñado para el ciberespionaje (no solo por parte de gobiernos) de todo lo que acontece en el terminal móvil de un usuario, por tanto de toda su identidad digital y privacidad. Los gigantes de internet Google y Facebook, que optaron por la geolocalización como pilar de su desarrollo, se aventuran más allá de los límites de la vida privada de los internautas, advierten alarmados los expertos y las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) [5].

La última tendencia "geek" del momento para aquellos consumidores voraces de la tecnología y de internet es la de ofrecer a toda hora y en cualquier lugar el servicio de geolocalización aplicado a los "smartphones", los teléfonos multifunción. Este servicio permite ubicar por satélite, con apenas unos metros de error, el lugar en donde se encuentra un usuario. Pero esto conlleva ciertos "riesgos sobre la protección de la vida privada que pueden ser absolutamente inmensos.

Pros y contras de la geolocalización

Indudablemente la parte positiva de la geolocalización proviene de las aplicaciones, aplicaciones como Waze y Foursquare son algunos ejemplos de la gran utilidad de la misma. Waze por un lado es una aplicación para los conductores que gustan de una ayuda para realizar sus recorridos y que son perseguidos a través de la

geolocalización para redactar informes a los otros usuarios sobre el estado de las rutas y demás asuntos referidos al tráfico.

Por otro lado, Foursquare es una de las redes de usuarios que permiten conocer y descubrir no solo comercios en relación a nuestra localización sino también conectarnos con otras personas a través de la misma.

La utilización de la geolocalización para este tipo de aplicaciones es más que clara y su beneficio para los usuarios es más que destacable. Esta nos ayuda a conocer lugares y estar en contacto con personas, además de en el caso de Waze ayudarnos a escapar de embotellamientos y no perder tiempo mientras manejamos. Además, algunos comercios ofrecen descuentos, promociones y hasta regalos si indicamos en nuestro Foursquare que vamos a pasar por allí, de esta forma además de beneficios virtuales podemos tener beneficios materiales.

Está claro que todo lo bueno tiene algo malo, sin embargo, la diferencia entre lo bueno y lo malo es lo que hace que algo sea provechoso o no. Otro punto a tener en cuenta es que dependiendo del nivel de uso de estas aplicaciones o de la geolocalización en sí misma también variará la cantidad de pros y contras que obtengamos.

Uno de los puntos más críticos de la geolocalización es la invasión de la privacidad para la cual aún el humano social no parece estar preparado. Es claro que si uso Foursquare para decir que estoy comiendo en cierto restaurante lo hago para que mis amigos lo sepan, sin embargo, por tratarse de una red social la misma está abierta para muchas personas las cuales pueden sacar ventaja de mi motivación para demostrar mi lugar.

Hay muchos servicios que ni siquiera piden nuestra autorización para emitir un comunicado y decir que has salido de tu casa hacia el mercado para hacer las compras. Claro está que esto puede ser siempre corregido en la configuración, sin embargo, no muchas personas se encargan de tenerlo en cuenta. Para ir a un punto más negativo del asunto servicios como PleaseRobMe.com ofrecen la última ubicación de un usuario de Twitter con tan solo colocar su usuario en el buscador. Esta ubicación es detectada a través de las publicaciones de redes sociales como Foursquare hechas a través de Twitter.

La geolocalización es un arma de doble filo y debemos cuidarnos en cuanto a nuestra privacidad y nuestra seguridad para no caer en una trampa mortal. En la mayoría de los países de Latinoamérica se evidencian constantes actos delictivos de agresiones y robos. La ciudadanía se encuentra expuesta a riesgos físicos y económicos que son difíciles de reducir si no se implementan tecnologías emergentes como la geolocalización. A pesar de los esfuerzos realizados por las diferentes instancias como son el botón de pánico, Call Center de atención las 24 horas como el 911 y otras iniciativas, no es suficiente. En la mayoría de los casos el tiempo de respuesta es muy grande y por lo tanto el efecto es casi nulo.

Por todo lo expuesto, el presente trabajo tiene como objetivo proponer un modelo de seguridad integral basado en la geolocalización que permita minimizar el tiempo de respuesta y contar con la evidencia necesaria para tomar acciones contra los infractores.

II.- DESARROLLO

Hay muchos servicios que han producido un cambio en la vida de los ciudadanos, pero también hay que reconocer que hay formas en que se puede aprovechar la información que generan las tecnologías GPS acometer actos vandálicos. Existen muchas cosas que se pueden hacer sólo por marcar los lugares por donde vas o utilizar esas señales que dejan otras personas. Existen varias alternativas para conocer esta ubicación, aunque claro, son los dispositivos móviles los que por su portabilidad con nosotros mismos nos permitirán más fácilmente conocer nuestra ubicación y actualizarla a medida que nos vamos movilizandoy, por tanto, cambiando de ubicación geográfica.

Entre ese amplio abanico de opciones que nos permiten descubrir la geolocalización se destacan los teléfonos móviles de alta gama, que son aquellos que cuentan con funciones especializadas, en este particular caso traen integrados receptores de GPS, los cuales y gracias a la red de satélites que rodea al planeta podrán ubicarnos en cualquier parte del globo terráqueo en el cual nos encontremos. Otra alternativa ampliamente usada y a disposición de aquellos que no poseen celulares como los mencionados líneas arriba u otros equipos portátiles es la del Google Earth, que consiste en un programa informático, similar al Sistema de Información Geográfica, que permite obtener imágenes del planeta en tecnología 3 D en combinación con imágenes de satélite, mapas y el motor de búsqueda de Google y así facilita la visualización de imágenes a escala del lugar del planeta tierra que se pretenda descubrir o identificar.

En el reporte “Geolocalización: Riesgos, Problemas y Estrategias”, ISACA señala que el uso malicioso de datos de geolocalización puede poner en riesgo a individuos y empresas, pues este tipo de información puede combinarse con otros, como historial financiero (también encontrados en la red con facilidad), y ser del interés de criminales culminando en secuestros, robos, acoso u otro tipo de actividad delictiva. En el ámbito empresarial, “las consecuencias de la gobernabilidad ineficiente sobre la geolocalización pueden ser desastrosas”, apunta Ramsés Gallego, miembro del Comité de Gobernabilidad y Prácticas de ISACA. Las vulnerabilidades tocan terrenos como la privacidad y la reputación empresarial (al ocurrir fugas de información), además de que se compromete la información sensible del negocio.

Modelo de seguridad basado en la geolocalización

El modelo propuesto está integrado por varias tecnologías y logra la comunicación entre ellas en tiempo real, incorporando mecanismos de re-chequeo para evitar la pérdida de tramas. El centro de la comunicación esta basado en Node Js, una tecnología de reciente creación que propone un nuevo paradigma de integración.

¿Qué es Node Js?

Node.js es una librería y entorno de ejecución de E/S dirigida por eventos y por lo tanto asíncrona que se ejecuta sobre el intérprete de JavaScript creado por Google V8. Lo cierto es que está muy de moda, aunque no es algo nuevo puesto

que existen librerías como Twisted que hacen exactamente lo mismo, pero si es cierto que es la primera basada en JavaScript y que tiene un gran rendimiento.

Node.js es un entorno JavaScript del lado del servidor, basado en eventos. Node ejecuta JavaScript utilizando el motor V8, desarrollado por Google para uso de su navegador Chrome. Aprovechando el motor V8 permite a Node proporciona un entorno de ejecución del lado del servidor que compila y ejecuta JavaScript a velocidades increíbles. El aumento de velocidad es importante debido a que V8 compila JavaScript en código de máquina nativo, en lugar de interpretarlo o ejecutarlo como bytecode. Node es de código abierto, y se ejecuta en Mac OS X, Windows y Linux.

¿Por qué JavaScript del lado del servidor?

Aunque JavaScript tradicionalmente ha sido relegado a realizar tareas menores en el navegador, es actualmente un lenguaje de programación totalmente, tan capaz como cualquier otro lenguaje tradicional como C++, Ruby o Java. Además, JavaScript tiene la ventaja de poseer un excelente modelo de eventos, ideal para la programación asíncrona. JavaScript también es un lenguaje omnipresente, conocido por millones de desarrolladores. Esto reduce la curva de aprendizaje de Node js, ya que la mayoría de los desarrolladores no tendrán que aprender un nuevo lenguaje para empezar a construir aplicaciones usando Node.js.

A continuación, se visualizan los componentes del modelo y se describen los mecanismos de integración entre ellos.

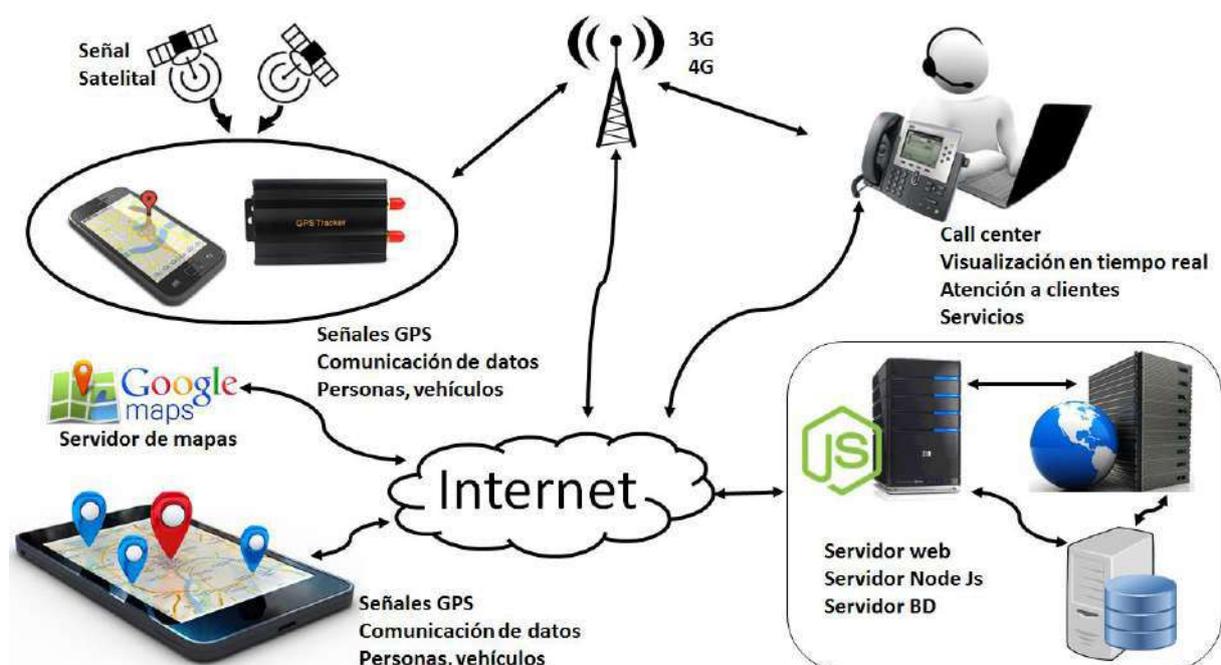


Ilustración 1: Modelo de seguridad basado en la geolocalización

El modelo se adapta a cualquier escenario de seguridad pasado en la geolocalización, aplicable a personas, animales, vehículos, entre otros. A continuación, se detallan algunos escenarios donde es posible aplicar el modelo:

- Brindar mayor seguridad a los estudiantes transportados: la geolocalización por medio de dispositivos GPS permite conocer en tiempo real la posición exacta de cada vehículo, de esta forma es posible detectar cualquier desvío de ruta o situación anómala en cuanto al recorrido. Con estos datos es posible tomar acciones instantáneas que pueden evitar daños irreparables a las familias involucradas. Otro elemento importante radica en el control de la velocidad de los vehículos para evitar accidentes fatales.
- Optimizar tiempo: el rastreo satelital integrado a la tecnología móvil permite que personas puedan conocer la posición exacta de sus vehículos, mascotas, hijos, etc., de esta forma optimizar el tiempo de espera por tráfico o cualquier otro incidente. Permite además que se puedan planificar en función del recorrido y tomar medidas para que los menores pasen el menor tiempo posible en la calle por el peligro que reporta.
- Control centralizado de los vehículos: Brinda la posibilidad de que los administrativos de la empresa puedan saber dónde se encuentra cada bus en tiempo real, en qué estado está y qué estudiantes viajan en la transportación.
- Evitar el robo de vehículos o recuperarlos: el dispositivo GPS instalado permite configurar alarmas que se activarán en caso de que el vehículo se salga del perímetro establecido, que desconecten la batería o traten de desconectar el dispositivo. Se ofrece además la posibilidad de que el conductor o personas autorizadas a bloquear y desbloquear el vehículo desde los dispositivos móviles de forma remota. Con esta funcionalidad el vehículo se detendrá instantáneamente y solo podrá ser energizado desde la aplicación móvil.
- Notificación a padres, estudiantes y conductores: las aplicaciones entregadas para padres, estudiantes, conductores y administrativos brindan la posibilidad de enviar o recibir notificaciones o promociones que oferte la empresa a sus clientes.
- Asignación de servicios: permite atender solicitudes de clientes y asignar
- Seguridad personal: permite localizar personas y mascotas por medio de GPS instalados en relojes, pulseras, collares y dispositivos móviles. De esta forma poder emitir alertas y alarmas en caso de existir alguna novedad.

Estudio de caso

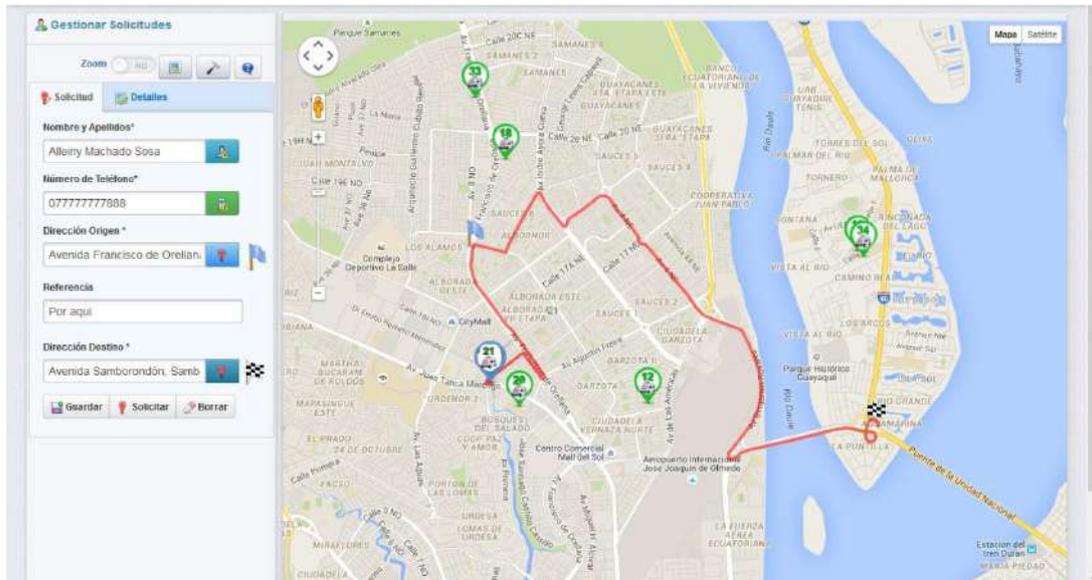
En la actualidad, el Ecuador se encuentra enfrascado en mejorar la calidad, seguridad y control de los productos y servicios puestos a disposición de la sociedad, entre ellos se encuentra el médico en todas sus dimensiones. Para lograr este objetivo es necesario invertir en tecnologías que faciliten y agilicen los procesos de atención a pacientes y permitan controlar el uso eficiente de los recursos del

hospital, entre ellos las ambulancias. El servicio de ambulancia resulta crítico por el impacto que tiene para la sociedad con vista a dar una atención inmediata y de esta forma evitar muertes por demoras a la hora de asistir a un paciente que lo necesita. Una de las vías para disminuir este tiempo es aplicando tecnologías de geolocalización en las ambulancias, entre los beneficios fundamentales son los siguientes:

- **Disminuir el tiempo de atención a la solicitud de un paciente:** la geolocalización de las ambulancias les permitirá a los que atienden este servicio tener la posición real de cada ambulancia y su estado (ocupada, libre, mantenimiento, fuera de servicio, etc.) con el objetivo de asignar la que más cerca se encuentre del lugar por medio de una APP WEB. La asignación será recibida por el conductor en su APP MOVIL y con ella la trayectoria en el mapa que debe seguir para llegar en el menor tiempo al lugar indicado.
- **Disminuir el consumo de combustible y aumentar el tiempo de vida de las ambulancias:** la geolocalización permite tener controlado en todo momento los recorridos de las ambulancias y generar alarmas en caso de salirse del área de trabajo establecida. De esta forma los conductores no podrán hacer un mal uso de los recursos puestos a su disposición y de hacerlo la administración del hospital tendrá una prueba válida irrefutable para tomar medidas.
- **Aumentar la seguridad de los conductores y detectar robo de la ambulancia:** la geolocalización brinda la posibilidad de detectar si los conductores han sido secuestrados o si las ambulancias fueron robadas. Cuando esto suceda se podrá saber la posición actual de la ambulancia para alertar a los entes encargados de prestar auxilio. El conductor podrá hacer uso del botón de pánico instalado en el vehículo y los administrativos del hospital podrán bloquear remotamente la ambulancia en caso de ser necesario.

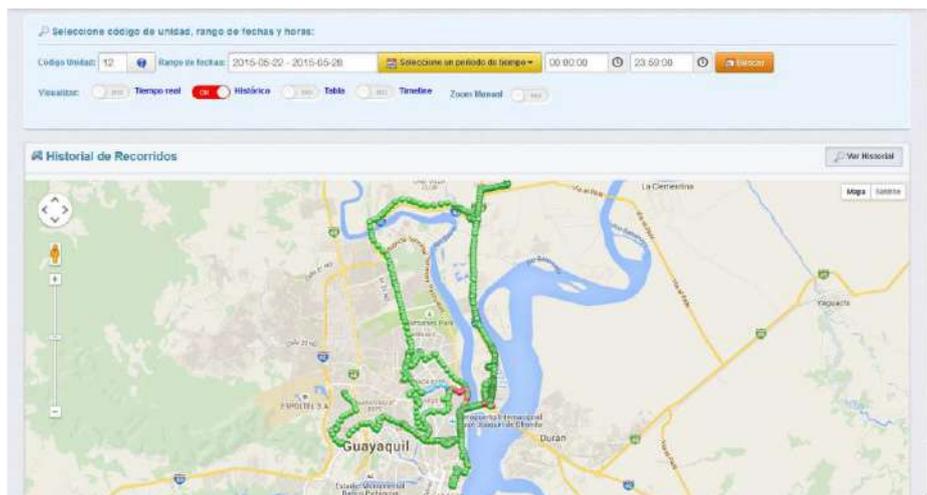
Para operadoras (es):

- Módulo de Geolocalización, atención de solicitudes y asignación de servicios de ambulancias.



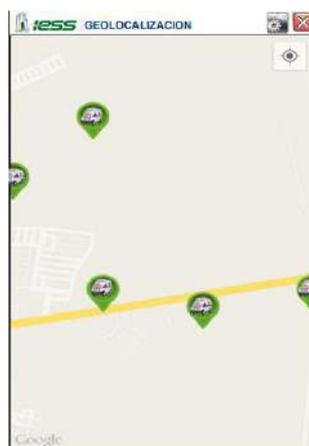
Para directivos:

- Módulo de reportes gráficos y App móvil para el monitoreo, notificación y bloqueo remoto de los vehículos.



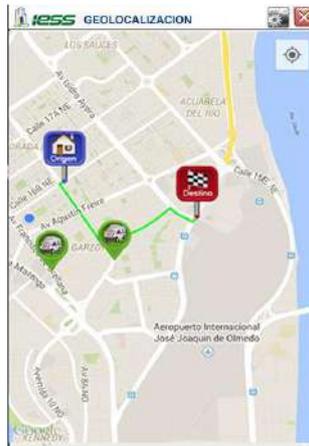
App móvil para directivos:

- Módulo que permite visualizar en tiempo real las ambulancias desde un dispositivo móvil.



Para conductores:

o App móvil para la visualización de los servicios asignados.



Para vehículos:

- Equipo GPS con batería interna, botón de pánico, bloqueo remoto y micrófono.

El equipo GPS vehicle tracker GPS103, fabricado por Shenzhen Coban Electronics co., Ltd, es un producto basado en redes GSM/GPRS y GPS satelital, certificado bajo normas internacionales. Provee múltiples funciones, tales como, seguridad, posicionamiento, vigilancia, alarmas de emergencia y otras más. Puede monitorear el auto de manera remota por SMS o por internet.

Funcionalidades principales:

- Botón de pánico (SOS)
- Detección de salida del auto de un área enmarcada
- Alarma de movimiento
- Alarma de exceso de velocidad
- Alarma contra accidentes
- Monitoreo de voz
- Soporte tanto para GPS y LBS (Location based Service)
- Soporta SMS / transmisión de datos GPRS / red de Internet (GPRS / Internet)
- Soporta GPRS en línea y reconexión automática si el GPRS se desconecta
- Monitoreo con número ilimitado de veces por intervalo de tiempo
- Corte del suministro de combustible y de la alimentación de poder
- Seguimiento y rastreo online vía web y por aplicaciones móviles

Especificaciones técnicas:

- **Red:** GSM/GPRS
- **Banda:** 850/900/1800/1900Mhz
- **GSM/GPRS módulo:** SIM900B

- **GPS módulo:** SIRF3 chip
- **GPS sensibilidad:** -159dBm **GPS precisión:** 5m
- **Refresco de posición:** 1s
- **GPS tiempo de inicio:** Cold status 45s; Warm status 35s; Hot status 1s
- **Voltaje admitido:** 12V ~ 24V
- **Batería de respaldo:** Recargable y cargable 3.7V 800mAh Li-ion battery
- **Tiempo de duración de la Batería:** > 2 H
- **Temperatura almacenamiento:** -40°C a +85°C(-40F~185F)
- **Temperatura Operación:** -20°C to +65°C(-4F~149F)
- **Humedad:** 5% ~ 95% non-condensing
- **Dimensiones:** 10.5 * 5.5 * 2.5cm (4.1 * 2.2 * 1.0in)
- **Peso:** 112g/4oz

Incluye los siguientes accesorios:

- GPS tracker
- Control Remoto
- Micrófono (1.5 meters)
- GSM antena (3 meters)
- GPS antena (3 meters)
- Relay (12V/40A to 24V/40A)
- Cables (10 Pin)

Detalles del equipo:



III.- CONCLUSIONES

Cada día se videncias actos de robos y secuestros en todo el mundo, con el objetivo de obtener beneficios económicos, políticos, militares, etc. Para evitarlos, detectarlos y dar una solución efectiva se ha creado tecnologías basadas en los GPS.

Un sistema integrado de comunicación por GPS está compuesto por varios componentes de software y hardware que interactúan entre basados en un protocolo de comunicación.

Entre las tecnologías más utilizadas para la comunicación se encuentra los Socket, implementados en diferentes lenguajes, brindando eficiencia y comunicación en tiempo real.

IV.- BIBLIOGRAFÍA

1. Cerda, D. (2005). El mundo según Google. Google Earth y la creación del dispositivo Geosemántico Global. Retrieved from Geosemantica y Google Earth: <https://sites.google.com/site/geosemanticagearth/>
2. Chalom, M., Léonard, L., Vanderschueren, F., & Vézina, C. (2001). Seguridad ciudadana, participación social y buen gobierno: el papel de la policía. Retrieved from Corporación de estudios Sociales y Educación: [http://surcorporacion.cl/publicaciones/Coleccion Estudios Sociales/Seguridad /seguridad ciudadana.pdf](http://surcorporacion.cl/publicaciones/Coleccion_Estudios_Sociales/Seguridad_seguridad_ciudadana.pdf)
3. Falú, A., & Segovia, O. (2007). Ciudades para Convivir. Obtenido del Portal de Desarrollo Humano Local: [http://www.dhl.hegoa.ehu.es/ficheros/0000/0072/Ciudades para convivir.pdf](http://www.dhl.hegoa.ehu.es/ficheros/0000/0072/Ciudades_para_convivir.pdf)
4. Faroppa, J. (2009). Informe sobre Seguridad Ciudadana y Derechos Humanos. Obtenido de la Organización De Estados Americanos: [http://www.oas.org/es/cidh/docs/pdfs/SEGURIDAD%20CIUDADANA%202009 %20ESP.pdf](http://www.oas.org/es/cidh/docs/pdfs/SEGURIDAD%20CIUDADANA%202009%20ESP.pdf)
5. Gonzáles, P. (2003). Seguridad ciudadana: Cuadernos de seguridad y defensa 2. Obtenido de [http://web.idrc.ca/uploads/user-S/105250556802segundo folleto.pdf](http://web.idrc.ca/uploads/user-S/105250556802segundo_folleto.pdf)



LÍNEA TEMÁTICA:

**TURISMO,
HOSPITALIDAD Y
PATRIMONIO**

ISBN: 978-9942-960-07-8

001. LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA COMO FORMA DE EVALUACIÓN DEL SERVICIO TURÍSTICO EN EL SECTOR BOSQUE HÚMEDO LA ESPERANZA

Autores:

Lic. Alba Caicedo Barreth, Mgs.

alba.caicedob@ug.edu.ec

Universidad de Guayaquil Ecuador

Lic. Sergio Torres Quiroga, Mgs.

sergio.torresq@ug.edu.ec Universidad

de Guayaquil Ecuador

Lic. Cristhian Durán Prado

cristhian.duranp@ug.edu.ec

Universidad de Guayaquil

Ecuador

Resumen

El turismo de naturaleza se ha venido desarrollando de gran manera en el país por la búsqueda de alternativas fuera de las convencionales, es así que surgen muchos destinos que ofertan sus servicios en este ámbito, un ejemplo de ello es el sector de Bosque Húmedo La Esperanza, perteneciente al cantón General Antonio Elizalde (Bucay), el cual posee un gran potencial turístico; sin embargo uno de los problemas presentes, que ha sido tomado como base de esta investigación, es que el lugar presenta una oferta de servicios turístico empírica y poco desarrollada, creando situaciones conflictivas y generando insatisfacción del turista al no cumplir sus expectativas, impidiendo la consolidación de dicho destino turístico. En consecuencia, el objetivo de esta investigación es examinar el grado de satisfacción de los turistas como forma de evaluación de los servicios en el sector antes mencionado. Situación que permite la idea a defender en la investigación que es, la evaluación de servicios turísticos permitirá determinar la situación actual y grado de aceptación de turistas que visitan destinos de naturaleza como el bosque húmedo la Esperanza. Como muestra poblacional se realizó encuestas a 230 turistas, y entrevistas a 6 representantes de las hosterías y fincas turísticas del sector. El estudio finaliza con la propuesta de creación de un programa de capacitación turística para los prestadores de servicios turísticos en el Bosque Húmedo La Esperanza basados en las encuestas realizadas a los turistas, para reforzar los ámbitos que se necesita mejorar.

Palabras claves: turismo, evaluación turística, naturaleza, servicios turísticos, capacitación

Abstract

Nature-based tourism has been developed greatly in the country by seeking alternatives outside conventional, so that many destinations arise to offer their services in this area, an example of this is the sector Rainforest La Esperanza, belonging to the canton General Antonio Elizalde (Bucay), which has great tourism potential; however one of the current problems, taken as the basis of this research, is that the place has a range of empirical and undeveloped tourist services, creating conflict situations and generating displeasure in tourist because they do not meet their expectations, stopping consolidation of this tourist destination. Consequently, the objective of this research is to evaluate the services in the above mentioned sectors based on tourist satisfaction. Situation that allows the research idea to defend as evaluating tourism services will determine the current status and degree of acceptance of tourist destinations in nature as the rainforest La Esperanza. As population sample surveys were conducted at 230 tourists, and interviews with 6 representatives from the hostels and tourist farms in the sector. The study concludes with the proposed creation of a tourism training program for tourism service providers based on surveys to tourists, to reinforce the areas that need improvement in the Rainforest La Esperanza.

Keywords: tourism, tourist evaluation, nature, tourist services, training

INTRODUCCIÓN

El cantón General Antonio Elizalde (Bucay), pueblo de gente amable y alegre, que encanta a residentes y visitantes por su agradable clima y paisajes que posee, está incluido dentro del inventario turístico de la provincia del Guayas en La Ruta de la Aventura a 99km de la capital provincial Guayaquil, con una línea de transporte público, Cooperativa Santa Martha, que cubre el recorrido Bucay – Guayaquil y viceversa.

El cantón en mención cuenta con varios atractivos de gran interés para los residentes y visitantes tales como: Balneario Agua Clara, Rio Chagüe, Comunidad Shuar, el malecón y estación del tren; pero dentro de una de las que mayor destaca, se encuentra el Bosque Húmedo La Esperanza, con remanentes de bosques primarios y secundarios, lugar que despierta interés a todas aquellas personas amantes del turismo de naturaleza y que buscan cierto grado de adrenalina y aventura, no dudan el visitar tan paradisiaco lugar.

Bucay se encuentra a orillas de la cordillera occidental y es uno de los cantones con mayores recursos naturales que posee la provincia del Guayas y que colinda con las provincias de Bolívar, Chimborazo y Los Ríos. El vocablo que da origen a su nombre es un misterio y se considera que proviene de los tiempos en que Bucay siendo un pueblo ferroviario, utilizó para la construcción de su línea férrea, a muchos esclavos jamaquinos. Uno de ellos se hizo rápidamente conocido por los pobladores del lugar, su nombre Jeremy Buckay. (PDOT Bucay, 2015) Otro versión hace referencia a la presencia de la etnia shuar y a su dialecto en el cual decían uambucay a “la rana que camina”, por la existencia de una especie de anfibio o rana

arbórea poco vista en la actualidad. (V. Ruiz , comunicación personal, 15 de agosto de 2014).

Es evidente en este sector la riqueza gastronómica, cultural y paisajística, además de poder vivir grandes experiencias y aventuras en un entorno natural y acogedor, recorrer sus cascadas, realizar deportes extremos, cabalgatas, bicicleta, trecking, avistamientos de aves, entre muchas otras cosas que hacen que el cantón Bucay sea un lugar idóneo y de gran interés para realizar un viaje de diversión o descanso.

En acuerdo con las bondades referidas, se planteó la necesidad de un caso de estudio sobre la satisfacción del cliente en cuanto al servicio recibido, para evidenciar deficiencias, proponer soluciones y ganar protagonismo turístico como destino, impulsando la matriz productiva del sector, a través de la prestación de servicios, por lo cual se trazó la interrogante: ¿Cómo influye la prestación de servicios turísticos, en el nivel de satisfacción de los turistas que visitan destinos de naturaleza como el bosque húmedo La Esperanza?

En este caso de estudio, en el cantón Bucay se evidencia a simple vista una muy reducida planta turística que ha crecido desordenadamente en respuesta al incremento de turistas en la región, por ende los prestadores de servicios turísticos realizan sus actividades casi en una forma empírica, porque muy pocos son los calificados como profesionales del turismo; afectando su desarrollo sostenible y obteniendo insatisfacción por parte de los turistas.

El objetivo base consistió en examinar el grado de satisfacción que tienen los turistas en el sector del Bosque Húmedo La Esperanza, para proponer soluciones de mejora de los servicios turísticos del destino a través de capacitaciones. Los resultados de la investigación indican la percepción de la prestación del servicio, por parte de los turistas, quienes denotan no estar totalmente de acuerdo con los servicios recibidos y el poco interés en recomendar el destino debido a ello, por lo cual se planificaron talleres de fortalecimiento en las áreas que presentaban falencias.

METODOLOGÍA

Sobre una posición paradigmática, el diseño investigativo del presente trabajo es mixto cuali-cuantitativo, haciendo uso de métodos de pensar y de trabajo, teóricos y empíricos, con la finalidad de medir el nivel de satisfacción del turista por el servicio recibido, en un definido grupo de prestadores de servicio.

El método analítico fue aplicado mediante la información recabada de textos, teorías y documentos oficiales del sector, con la finalidad de percibir el problema del destino en profundidad. Mientras que, utilizando el método inductivo se identificaron las características humanas, infraestructura y nivel profesional, para así determinar la incidencia en los turistas al recibir el servicio ofertado en el sector, y realizar la evaluación del servicio al visitante.

Como métodos de trabajo, se incluyeron la investigación documental, basado en teorías y estudios realizados con anterioridad en la misma línea de investigación sobre evaluación de servicios turísticos en otras localidades; y la investigación de campo, realizada en el lugar del problema para obtener muestras sobre la realidad del conflicto, a través de las técnicas de encuesta a turistas, entrevista a servidores turísticos y observación del lugar del problema.

Las encuestas fueron elaboradas con preguntas cerradas, de opción múltiple y haciendo uso de la escala de Likert, de fácil comprensión para los encuestados acerca de: frecuencia de viajes, motivaciones, criterio para calificar calidad en servicio, calificar servicio turístico recibido, sugerencias de mejora del servicio recibido, aceptación del valor pagado por el servicio, actividades a mejorar en el servicio, relación precio y oferta de servicios, medio de difusión por el cual se conoció el destino, recomendaría el destino.

Las preguntas utilizadas fueron validadas en su contenido bajo la modalidad de criterio de expertos, y la fiabilidad del cuestionario se la dio a través de la técnica test-retest.

La muestra poblacional utilizada para aplicar las encuestas, es de tipo probabilística aleatoria simple, y al no haber un registro oficial de la cantidad de turistas que visitan el sector, se aplicó la fórmula de población infinita, considerando $p=0,5$, $q=0,519$, $i=0,1$, $Z=99\%$, obteniendo un resultado total de 230 turistas para encuestar.

La información obtenida de las encuestas fue procesada mediante sistema computacional de Microsoft Word y Excel para la realización de los procesos estadísticos.

RESULTADOS

Esta investigación se basa en teorías como evaluación turística, que según Jean-Michel Decroly (2010) son acciones que corresponden a concebir u reordenar los usos turísticos en un destino y puede ser realizada en dicho sector o fuera del mismo. Mientras que en el marco del Convenio de colaboración entre IICA Costa Rica y el Programa de Desarrollo Agroindustrial Rural PRODAR (2008) valoración turística es la forma eficiente para conocer la potencialidad de un destino en cuanto a desarrollo refiere, considerando como elementos de análisis los atractivos, la oferta, demanda, competencia y tendencias del mercado. Finalmente Vásquez, A. (2002) indica que es la acción que considera la relación cliente y comerciante, que aunque no es para todos igual, es coincidente en ciertos rasgos incluyendo la percepción del grado de calidad en la prestación del servicio.

Por otro lado se ha considerado el término servicio turístico, que según Benny L, Bennet, C & Brown (1989) es aquella actividad que genera un producto inmaterial y que llega al consumidor por venta directa del productor del servicio. Zeithmal, A & Mary Jo B (2002) añade que posee varias características diferenciadas de los productos en cuanto a su evaluación y consumo, por satisfacer al cliente en sus

necesidades verdaderas. Mientras que para Zarate, G (2009) un servicio turístico está ligado a la eficiencia.

En otras palabras, se percibe como servicio turístico aquellas modalidades de actividades diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas con una sola finalidad: satisfacer las necesidades y exigencias de un determinado sector, población o persona. Los servicios pueden ser provistos por: guías de turismo, alojamiento, alimentación, transportación y puntos de información.

Se ha analizado también el término capacitación, del cuál Garavan y McGuire (2001) refieren es necesario para desarrollar competencias en los trabajadores, para lograr el beneficio mutuo ante cliente y consumidor. Tynjälä (2008) apunta que por los cambios a los cuales están expuestas las empresas, un fin estratégico debe apuntar a la adquisición y puesta en práctica de nuevos conocimientos. Para INATUR (2014) la capacitación turística es posible realizarla a través de proyectos educativos, fortaleciendo y logrando el desarrollo sustentable y a largo plazo del destino, alineado con las políticas estatales.

La capacitación turística al personal es aquella que hace posible el desarrollo de un destino, es indispensable dado a que solo ahí se podrá dar mejoras al servicio a través de nuevas ideas y corrección de errores en el ámbito del servicio al cliente, logrando así un desarrollo sustentable y a largo plazo del destino u empresa.

Por último pero no menos importante, se encuentra el término calidad en el servicio; al cual Álvarez, (2006) define calidad como la búsqueda continua de las empresas en satisfacer las necesidades del cliente, procurando desarrollar y mejorar sus productos y servicios; mientras que Bon (2008) refiere al servicio como la vía por la cual se hace entrega de lo que el cliente desea conseguir y por lo cual pagó. Calidad en el servicio según Pizzo (2013) se define como aquella costumbre que se da en una organización para que intenta interpretar lo que desea el cliente, de una manera rápida, oportuna y segura, ante cualquier situación imprevista; que hace que el cliente se sienta satisfecho y con aún más ganas de volver a recibir aquel trato y por lo cual un servicio brindado se hace popular.

Fueron entrevistados 56% de turistas masculinos, seguido por un 44% del sexo femenino, de los cuáles el 40% de los visitantes estuvieron entre los 18 a 25 años, seguidos por un 32% con edades que oscilan entre los 26 a 35 años, pudiendo concluir que en su mayor parte los turistas pertenecen a dichos grupos de edad.

En lo referente al estado civil, el 55% fueron solteros y 43% casados, viajando el 83% acompañados y el 17% solos.

Las encuestas demostraron que el 24% de los turistas en este destino de aventura frecuentan trimestralmente y el 19% que visitan con una frecuencia mensual. Para el 57% de los turistas su motivación para realizar un viaje a un destino de aventura es la naturaleza; el 43% la práctica de deportes de aventura. Para el 62% de los encuestados, un servicio de calidad se brinda por la atención al cliente, el 31% considera que la calidad del servicio se da por la comodidad que recibieron en su estadía.

El 62% de turistas calificaron su estadía como buena, seguido por un 21% de turistas que lo calificaron como regular, lo cual indica que los turistas no se encuentran totalmente satisfechos con los servicios recibidos. El 45% opinan que en el destino se debe mejorar la comodidad, seguido de un 36% que opina que se debe mejorar en la atención al cliente. El 89% está de acuerdo por lo que pagó por el servicio, seguido de un 11% que está en desacuerdo. El 35% de los turistas opinan que debería mejorar el servicio al cliente, seguido de un 33% que opina que debe haber más información en el sitio. El 65% de los turistas catalogan como un precio normal al servicio que recibió, seguido de un 18% que lo consideró como costoso.

Los datos obtenidos en las encuestas determinan que el 36% de los turistas obtuvieron información del destino por recomendación de otras personas, seguido de un 32% que se enteraron por medio de la televisión. El 58% de los turistas consideran que tal vez recomendarían este destino a otras personas, seguido por un 40% que están totalmente de acuerdo en recomendar este recurso turístico.

La entrevista se realizó a los dueños y gerentes de los sitios turísticos que están ubicados en el bosque húmedo La Esperanza con el afán de obtener sus criterios y conocimientos sobre la importancia de mantener un destino turístico y como mejorarlo y lograr un desarrollo sustentable del lugar, sin que decaiga o se desgaste por las acciones que no se aplicaron en su debido momento.

Tabla 1.- entrevistas servidores turísticos Bosque Húmedo La Esperanza.

Entrevistado	Cargo	Lugar de trabajo o Area de desempeño
Lcdo. Roberto Bustamante Vique	Propietario-Gerente	Hostería Casa de Piedra
Lcdo. Juan Pérez	Propietario-Gerente	Finca Turística Cascada Piedra Blanca.
Sra. Luz María Berrones	Propietario-Gerente	Finca Turística Cascadas las Mellizas
Sr. Pablo Villamarín	Propietario-Gerente	Finca Turística el Progreso
Sr. Porfilio Bermeo	Presidente-Gerente	Comunidad 5 de Septiembre Cascada Gallo de la Peña.
Sr. Daniel López	Propietario-Gerente	Finca Turística el Rincón de Daniel

Fuente: Caicedo, Torres & Durán.

Los temas consultados refirieron a:

1) Conocimiento de los prestadores de servicio del término turismo, en lo cual refieren a que un destino de naturaleza es aquel que cuenta con recursos naturales, en el cual se pueden realizar varias actividades relacionadas con la naturaleza, tanto ambientales de tipo específico, como ecoturismo o aquellas que busca el turista como medio de distracción para salir fuera de su entorno habitual, en busca de la aventura o deportes que impliquen riesgos y adrenalina.

2) Opinión del servicio al cliente, que exponen consiste en brindar una atención oportuna en el momento indicado que le permita al cliente quedar

satisfecho con el medio que contrato y que cumpla sus expectativas que tenía planteadas antes de la adquisición del servicio.

3) Importancia de brindar un servicio de calidad, refiriendo que es el objetivo de los proveedores de servicios, debido a que el impacto es 3 veces mejor sobre su expectativa que al atenderlos mal, y si se brinda un buen servicio es señal que se está cumpliendo con las metas planteadas por los que venden sus servicios.

4) Tiempo de labores en el servicio al turista, llegando a la conclusión que los prestadores de servicio turístico en el sector bosque húmedo La Esperanza llevan laborando al servicio de atención al turista de 5 a 6 años aproximadamente.

5) Importancia de capacitarse sobre atención y servicio al cliente, recibiendo la aceptación por parte de los prestadores de servicio turístico del sector bosque húmedo La Esperanza, quienes indican que es muy importante capacitarse, porque así se pueden mantener actualizados de nuevas técnicas para mejorar el servicio de atención al cliente y así brindar un servicio de calidad al cliente y que éste quede totalmente satisfecho.

6) Participación en capacitaciones anteriores sobre atención al cliente, los prestadores de servicios turísticos del sector bosque húmedo La Esperanza manifiestan haber recibido capacitaciones varias veces por parte de medios gubernamentales tales como: Ministerio de Turismo, Prefectura del Guayas entre otros, así mismo la participación de la empresa privada tales como: Grupo Nobis, entre otros; pero que no se les ha dado un seguimiento a la aplicación y control de lo aprendido en las capacitaciones.

7) Interés en participar en una capacitación de como brindar un servicio de calidad al cliente, donde las personas entrevistadas estuvieron en total acuerdo de participar en cualquier capacitación que se les pueda brindar, debido a que es de gran ayuda para mejorar sus técnicas de como ofertar sus servicios; además de no contar con los medios, ni canales necesarios para contratar capacitación privada autofinanciada por ellos, ven de gran ayuda para el destino que se les pueda brindar dicha capacitación.

DISCUSIÓN

Como resultado final de las encuestas aplicadas a los turistas que visitaron el lugar del conflicto, se puede indicar que los turistas que visitan destinos turísticos considerados como de naturaleza o aventura, en su mayoría lo realizan trimestralmente y mensualmente, que sus principales motivaciones son la naturaleza y los deportes de aventura, exponiendo que un servicio de calidad se obtiene mediante una correcta atención al cliente y la comodidad prestada; además definieron como “bueno” el servicio que recibió en su estadía en el destino, seguido de opción “regular”.

También los encuestados refirieron que en el sector se debe mejorar la comodidad y atención al cliente, además estuvieron de acuerdo por el precio que pago durante su estadía en el destino; indicaron también que en el destino se

debería mejorar la atención al cliente y brindar más facilidad de información durante su visita, lo cual permite evidenciar que el turista no se encuentra totalmente satisfecho con el destino; afirmando la necesidad de una pronta capacitación al personal que forma parte de la planta turística del destino de estudio para encaminar a los correctivos necesarios para el crecimiento correcto y sustentable del destino.

El turista encuestado calificó el precio que oferta el sector como normal y accesible al turista; siendo la recomendación de otras personas, el principal medio de comunicación por el cual llegaron a enterarse de las bondades paisajísticas y naturales del destino, seguido por la televisión, acotando que la mayoría de los encuestados apuntó a que tal vez puede recomendar el destino turístico a otras personas.

De esa manera se procede a estructurar un programa de capacitación con el fin de contribuir en la optimización del servicio que brindan los prestadores de servicios turísticos. El programa planteado de 60 horas, contiene 3 módulos: Servicio y atención al cliente, logística centrada al cliente, y gestión hotelera; con subtemas y actividades que se consideran significativas de abordar.

Los temas que debe abordar el Taller #1 Servicio y atención al cliente, incluyen:

- Situación del mercado actual.
- Círculo de calidad del servicio.
- Características cliente interno y cliente externo.
- Calidad departamental.
- Calidad del producto o servicio.
- Competitividad
- Insatisfacción de los clientes.
- Resolución de conflictos con el cliente
- Importancia de una excelente atención al cliente.
- Claves para una atención de calidad.
- Tipos de clientes y como tratarlos.
- Lenguaje escrito vs lenguaje oral.
- Calidad del servicio (producto esperado)
- Imagen percibida por el cliente.

En el caso del Módulo #2 Logística centrada al cliente, los subtemas son:

- Introducción tema.
- ¿Qué es un CRM?
- Utilización de un CRM.
- Logimarket.
- Uso de nuevas tecnologías.
- Canales de distribución.
- Logística
- Inventario
- Distribución
- Definición Customer-Centric Approach (CCA)
- Demanda y planificación
- Segmentación del cliente.
- Potencialidad de la red logística

- Gestión de clientes

El taller #3 Gestión hotelera con los siguientes subtemas:

- Introducción a gestión hotelera.
- Sistemas de Gestión.
- Misión y visión
- Planificación.
- Ejecución
- Liderazgo.
- Estadísticas (costo y presupuestos)
- Gestión de recursos humanos.
- Promoción hotelera.
- Emprendedores del siglo XXI.
- Proceso de negociación.
- Proceso de comercialización.
- Matemática financiera
- Contabilidad.
- Gerencia financiera

La metodología considerada apropiada para los talleres en mención es la participativa y activa, promoviendo de esa manera el interés por el aprendizaje a las técnicas del buen servicio al cliente dirigido a los prestadores de servicio turísticos del sector Bosque húmedo La Esperanza aplicando charlas, talleres y videos que demuestren como llegar a la excelencia en del servicio ofertado.

Para conceptos de evaluación se reconoce oportuno calificar la asistencia, participación en clase, cumplimiento de trabajo autónomo, talleres en clase y evaluación final que se realice al finalizar cada taller de manera periódica al fin de alcanzar el resultado esperado en cada tema. La asistencia de los participantes debe ser mayor a 85% del total de horas. Para la participación activa de los capacitados se debe designar líderes de grupos de trabajo de manera rotativa, mediante la actuación y el desempeño en los trabajos prácticos con la finalidad de incentivarlos a ser unos líderes con su buen desempeño, abordar la problemática encontrada en el sector y realizar un acuerdo de compromiso de los prestadores de servicios turísticos en aplicar lo aprendido durante la capacitación en el ejercicio de sus labores cotidianas.

Como recursos para la ejecución de los módulos en mención están los materiales de oficina, recursos didácticos y tecnológicos, costos por logística y movilización, y remuneración de capacitadores.

Los beneficios serán de manera directa para los prestadores de servicios turísticos del sector Bosque húmedo La Esperanza: administradores de hosterías y complejos turísticos, personas que ofertan servicio de alimentos y bebidas, guías de turismo y deportes extremos, dueños de transporte turístico. Así mismo como beneficiarios indirectos a las personas encargadas de abastecer de recursos e insumos a los prestadores de servicios turísticos, gracias a la mejora de la imagen del sector y la dinamización turística que atraerá más visitantes.

CONCLUSIONES.

Luego de finalizada la evaluación de los servicios turísticos en el sector Bosque Húmedo La Esperanza perteneciente al cantón General Antonio Elizalde (Bucay), bajo el criterio de los turistas, se plantea solucionar la problemática actual del lugar y conseguir los resultados esperados del proyecto; concluyendo con lo siguiente:

- El cantón General Antonio Elizalde (Bucay) es un lugar que lleva muy pocos años en el ámbito de la promoción turística, incluido dentro del inventario de la provincia del Guayas, formando parte de la denominada Ruta de la Aventura, creada a partir de los resultados obtenidos luego de una actualización del inventario de atractivos turísticos de la provincia en el año 2010, utilizando la metodología de la OEA CICATUR, y que permitieron ubicar a este sector por sus características y bondades boscosas, en un lugar ideal para el turismo de naturaleza o aventura, pero que a la vez tiene al bosque húmedo La Esperanza, lugar ideal para el turismo de naturaleza o aventura, pero a la vez tiene una planta turística y el personal que lo conforma no tiene el conocimiento necesario para generar un nivel de satisfacción óptimo en el turista que visita al sector, por la falta de actualización de sistemas y técnicas aplicables para que su desarrollo de actividades profesionales sean de total calidad.

- La presente investigación se ha podido sustentar en la información obtenida de varias fuentes bajo datos verídicos que han permitido examinar el problema en los servidores turísticos con menos de 10 años de experiencia, que brindan su servicio en un destino natural en vía de desarrollo, evidenciado en el servicio recibido por los turistas del lugar. Se ha utilizado la investigación bibliográfica y de campo, aplicando herramientas de investigación como son las encuestas y entrevistas las cuales reflejan las situaciones que aquejan a los turistas que visitan el sector y por qué no quedan totalmente satisfechos durante su estadía en el sector.

- De acuerdo a la información recopilada y tabulada de las encuestas se determina que los problemas de la operación turística en el Bosque Húmedo La Esperanza son los siguientes: Un 48% del total de los encuestados manifestó que el lugar debería contar con más comodidades hacia el turista para que sea un viaje de total disfrute y relajación. Además un 35,2% cree que uno de los principales puntos a mejorar en el sector debe ser la atención al cliente seguido por un 33,9% que manifestó que debería mejorar los canales de información dentro del destino turístico organización dentro del destino turístico y de las personas que ejercen esta profesión, datos que dan la veracidad y cantidad significativa que permita la aceptación y defensa de la presente investigación.

- La propuesta realizada tiene como finalidad que las personas que conforman la planta turística del Bosque húmedo La Esperanza perteneciente al cantón General Antonio Elizalde (Bucay) alcancen la excelencia en el ejercicio de sus labores y puedan ofertar un servicio óptimo de calidad que permita al destino posicionarse

como un lugar de interés nacional e internacional.

RECOMENDACIONES

Como recomendaciones, luego de la presentación de resultados del presente trabajo, se exponen:

- Involucramiento de los organismos turísticos del sector de estudio, a través de la lectura del caso de insatisfacción del turista en los servicios recibidos en el Bosque Húmedo La Esperanza, para realizar nuevos estudios que complementen la presente investigación y contribuyan al desarrollo sostenible y sustentable del sector turístico.
- Realizar una evaluación turística considerando la infraestructura, nivel de conocimiento y respuesta de servidores turísticos, complementaría el estudio realizado de forma holística.
- Compromiso con los propietarios y gerentes de los diferentes lugares que comprende la planta turística del Bosque Húmedo La Esperanza a que asistan a las capacitaciones y brinden las facilidades necesarias, para que sus colaboradores puedan capacitarse, mejorar de gran manera sus habilidades y capacidad de reacción de las competencias a cuenta atención al cliente.
- Se considera mantener un sistema de monitoreo constante sobre el nivel de satisfacción de los visitantes para ejecutar planes de acciones para la mejora del servicio de acuerdo a las variaciones y tendencias de mercado.
- Se sugiere la vinculación de la academia, mediante proyectos con la comunidad y la acción oportuna del municipio del cantón General Antonio Elizalde (Bucay), para que facilite la labor para la puesta en ejecución de más planes en beneficio del sector turístico y la ayuda a los estudiantes con sus prácticas pre-profesionales y cumplimiento con proyectos de vinculación con la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Albrecht, K. (1992). Servicio al cliente interno, como solucionar crisis de liderazgo en la gerencia intermedia” España: Paidós ibérica.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Asamblea Nacional del Ecuador. Gobierno Nacional del Ecuador. Recuperado de: <http://www.asambleanacional.gov.ec/>: http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Asamblea Nacional del Ecuador. (4 de Julio de 2013). Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017. Asamblea Nacional del Ecuador. Quito: Gobierno Nacional de la República del Ecuador. Recuperado de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/369/File/PDF/CentrodeReferencia/Temasdeanálisis2/buenvivirysumakkawsay/PNBV.pdf>

- Barboza, J. (2006). Paradigmas de investigación evaluativa de programas educacionales. Revista paradigmas de investigación, vol.10, pág. 13-14.
- Blanco, M. (2008). Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio. San José de Costa Rica: PRODAR-IICA. Recuperado de: <http://territorioscentroamericanos.org/sites/default/files/Gu%C3%ADa%20para%20elaborar%20el%20plan%20de%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20de%20un%20territorio.pdf>
- Camisón, C. Yopez, V. (1994). Normas ISO 9000 y gestión de calidad en la empresa turística. España, Univ. Politécnica de Valencia.
- Congreso Nacional del Ecuador. (5 de 6 de 2008). Ley de Turismo del Ecuador. Congreso Nacional del Ecuador, Ministerio de Turismo del Ecuador. Quito: Gobierno Nacional de la República del Ecuador. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/>: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Duque, R. Leguizamón, M. Herrera (2010). Un modelo para la intervención no formal como actor para la sostenibilidad del destino turístico. Revista anuario turismo y sociedad, 11, pág. 207-208.
- Garavan, T. McGuire, D. (2001). Competencias y lugar de trabajo de aprendizaje: Algunas reflexiones sobre la retórica y la realidad. Revista workplace learning, vol.13, pág.7 – 10.
- Ghedin, L. Alves, M. Duarte, C. Da Silva, T. (2011). Sig-tur: Una herramienta para la planificación, gestión, y control de los destinos turísticos. Revista geográfica de América central, vol.1, pág. 3 - 4.
- Gobierno autónomo descentralizado de la provincia del Guayas, (2012). “Guayas Turístico”. Recuperado de: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/>
- Gobierno Autónomo descentralizado cantón General Antonio Elizalde (Bucay), (2015) “Historia de Bucay”.
- INATUR (2014) Instituto Nacional de Turismo de Venezuela. “Proyectos de formación y capacitación turística”
- Larraisa, L. (2014). Destino, turismo. Gigaturismo diccionario online de turismo. Recuperado: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:bP02C6wHWzcJ:www.gigaturismo.com/archives/2009/01/diccionario-deturismo.html+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>
- Muñoz, (1992). Producto turístico. Gigaturismo diccionario online de turismo, recuperado: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:bP02C6wHWzcJ:www.gigaturismo.com/archives/2009/01/diccionario-deturismo.html+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>
- Netto, A. (2007). Filosofía del turismo. Una propuesta epistemológica. Revista estudios y perspectivas en turismo, vol. 16, n° 4.
- Paredes, A. (2015). Bucay, un paraíso de turismo y aventura. Recuperado de: <http://www.ecuadorextreme.com.ec/bucay-turismo-y-aventura>
- Pinto, V. Galdames, S. Rodríguez, S. (2010). Aprendizajes y desafíos para la formación de líderes intermedios de organizaciones educativas. Revista psicoperspectivas, individuo y sociedad, vol. 9, n° 2.
- Pizo, M. (2013). Construyendo una definición de calidad en el servicio. Recuperado de: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-decalidad-en-el-servicio.html>
- Solorzano G. Acevez, J. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. Revista el buzón de pacioli, N°82, pág. 5 – 9.

- Velázquez, A. (2002). El turismo aspectos institucionales y actividad administrativa. España, Univ. de Valladolid.
- Vogeler y Hernández, (2002). Recurso turístico. Gigaturismo diccionario online de turismo, recuperado de: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:bP02C6wHWzcJ:www.gigaturismo.com/archives/2009/01/diccionario-deturismo.html+%amp;cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>
- Zeithmal, A. Bitner, M. (2002). Marketing de servicios. España, Mcgraw-hill / interamericana de México.

002. LAS PEÑAS PATRIMONIO CULTURAL CON UN ENFOQUE DIVERSO Y COMPROMETIDO.

Autores:

Evelyn García Vera

Licenciada en Turismo y Hotelería de la Universidad de Guayaquil; Diplomada de Gestión en Turismo Sostenible OEA, Maestrante de Gestión de Empresas Turísticas, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil; Docente, Instituto Tecnológico Superior Vicente Rocafuerte.

Williams Malucin Tuarez

Licenciado en Turismo y Hotelería de la Universidad de Guayaquil, Docente, Carrera de Hotelería Y Turismo Instituto Tecnológico Vicente Rocafuerte.

RESUMEN

El turismo y el patrimonio cultural son recursos de gran valor para el desarrollo sostenible de un pueblo, además de convertirse en un cultural que colabora tanto a la promoción cultural como a la difusión del patrimonio, ya que ambos buscan garantizar la conservación de los destinos bienes coordinando su gestión de manera sostenible para que estas y las futuras generaciones puedan valorarlas.

Las Peñas Barrio emblemático de la ciudad de Guayaquil y Patrimonio cultural del Ecuador, es sin lugar a duda un legado histórico para los ciudadanos que habitan ella es por ello que se debe dar un mayor realce en su gestión para revalorizarlo, estableciendo compromisos con los involucrados y los recursos existente para aprovecharlo desde un enfoque diverso donde la oferta facilite el uso y respeto del patrimonio.

Palabras Claves: Turismo, Patrimonio Cultural, Sostenibilidad, Conservación, Gestión.

ABSTRACT

Tourism and cultural heritage are valuable resources for sustainable development of a people, as well as becoming a cultural collaborating both cultural promotion and the dissemination of the heritage, as both seek to ensure the preservation of property destinations coordinating their sustainable management for these and future generations can assess them.

Las Peñas emblematic neighborhood of the city of Guayaquil and cultural heritage of Ecuador, is undoubtedly a historical legacy for the citizens who inhabit it is why should be given greater prominence in their management to revalue, establishing commitments with stakeholders and existing resources to use it from a different approach where supply facilitates the use and respect the heritage.

Keywords: Tourism, Cultural Heritage, Sustainability, Conservation Management.

INTRODUCCION

La tendencia o estrategia mundial para salvaguardarlo el Patrimonio es la valorización de los bienes, cuidarlos y activándolos para que cumplan con otras funciones con las cuales puedan subsistir y conocer a través del tiempo. La relación entre el patrimonio cultural y el turismo es de gran actualidad, ya que la misma busca la revalorización de los bienes patrimoniales y a su utilización como recursos turísticos; su responsabilidad ante el turismo es sin duda la sostenibilidad que buscan todos los países y regiones para salvaguardarlo.

El Ecuador es muy rico recursos naturales y cultura, todo esto corresponde un pasado histórico brillante y esplendoroso, se está haciendo un gran esfuerzo por "adecentar" e impulsar gran número de repertorios patrimoniales: desde monumentos a yacimientos arqueológicos, desde la restauración de obras de arte a rejuvenecimiento de museos.

Se debe dar la enhorabuena, las acciones gubernamentales ecuatorianas para enfrentarse al reto de preservar, mantener y difundir adecuadamente el patrimonio cultural y natural del Ecuador, es así que Guayaquil Puerto Principal y Comercial del país impulsado por sus autoridades locales realizan la restauración y regeneración desde el año 2002 hasta el 2008 del barrio emblemático Las Peñas el cual es considerado en la actualidad Patrimonio Cultural del Ecuador desde 1982, principalmente por sus casas que tienen más de cien años de antigüedad.

En Guayaquil diariamente visitan turistas locales y extranjeros e lugar, ya que es reconocido el Barrio Las Peñas como un atractivo turístico, pero el mismo solo es apreciado por su fachada sin realmente realizar una culturización de la importancia de este Patrimonio Cultural por lo cual el presente estudio analizar a las Peñas Patrimonio Cultural con un enfoque diverso y comprometido para proponer estrategias que realcen y revaloricen al sector como punto importante de la identidad del pueblo Ecuatoriano.

DESARROLLO

Inicios de Guayaquil y sus peñas

La Fundación de Guayaquil tuvo varios traslados y conflictos que trascurrieron desde 1532 hasta 1547, se suscitaron enfermedades tropicales y peleas con Chonos, Punaes y Huancavilcas culturas que denominaban de la zona del Cerrito Verde actualmente denominado Cerro Santa Ana por la patrona de los españoles.

Para el 1571 aparece el primer sector de la Ciudad de Guayaquil que reunía aproximadamente 25 casas hechas de paja, madera y caña denominada las Peñas por los peñascos que existían en las falda del Cerro Santa y del Carmen.

Para finales del siglo XVI y comienzos del siglo XVII, la ciudad sobrepasaba los 800 habitantes, y para 1688 tener alrededor de 2000 personas que habitaban en las edificaciones construidas de madera. Esto origina a que parte de la población sea trasladada hacia el sur, para un mejor espacio y crecimiento urbano, a lo que se le denominó Ciudad Nueva. Parte de los habitantes que iniciaron el barrio Las Peñas optaron por permanecer en sus propiedades, dando así inicio a la denominativa Ciudad Vieja para referirse al sector originario de Guayaquil. (Compte Guerrero, Cartilla Cultural N° 19, 2009).

Desde la época colonial vieron la gran cantidad de madera que había con lo que la ciudad fue conocida como un importante astillero, donde el Barrio Las Peñas destaca por su actividad productiva, el comercio y sus astilleros, por lo cual se establece como Puerto Principal a sus orillas lo que causa la atención de los piratas quienes en varias ocasiones saquearon a los habitantes de la ciudad.

“Para prevenir y repeler estos violentos ataques se construyeron fortines pequeños en el cerro Santa Ana y el más importante fuerte conocido como La Planchada construido en 1647”. (Expreso, 2015) Que se encuentra ubicado en los inicios del Barrio Las Peñas quien protegía a sus habitantes, reconstruido en 1906 y edificado en las piedras de su construcción original con dos cañones antiguos que fueron armas para defender la ciudad el Ministerio de Educación y Cultura, declaró al Fortín de la Planchada Patrimonio Cultural de la Nación en 1996.

Las autoridades Guayaquileñas de 1920 reconocen a la “Calle de la Orilla” y el primer malecón de la ciudad, como la Calle Numa Pompilio Llona en homenaje al poeta guayaquileño, constando aproximadamente de 300 metros con empedrado desde el Fortín de la Planchada.

Las Peñas se encuentran en la calle Numa Pompilio Llona, es reconocido por su estilo colonial republicano, su nombre se debe justamente a los peñascos que poseía el Cerro Santa Ana, en el momento que se asentaron allí los españoles en el Siglo XVII.

En sus inicios era hogar de pescadores y artesanos, pero a partir del boom cacaotero de 1920, es sector fue poco a poco habitado por hacendados acaudalados, los que construyeron casas de estilo aristocrático. Parte de los bienes inmuebles que describen la cultura de Guayaquil, desaparecieron en el gran incendio que comenzó el 5 y terminó el 6 de Octubre de 1896. Sus edificaciones debieron ser reconstruidas luego del “Gran Incendio”, que arrasó la ciudad. Las casas tradicionales del barrio Las Peñas, datan del siglo XX, donde predomina su construcción de madera. Luego de su reconstrucción, seis años después volvieron a sufrir otro incendio en 1906, por lo que se volvió edificarlas con nuevos esquemas que sobresaltan el poder laico sobre el religioso.



Imagen 1 Foto del Barrio Las Peñas, Guayaquil 1920

Autor: Desconocido

Fuente: El Universo

Las Peñas, Patrimonio Cultural

Según Peñalba, 2005 “el Patrimonio Cultural es el estudio de los bienes culturales, bajo la perspectiva del arte a través de difusión del valor histórico como símbolo de identidad y referente de una ciudad” esto nos indica como el Barrio Las

Peñas forma parte de la identidad Guayaquileña, es un icono referencial para conocer varios acontecimientos que albergaron nuestra tradición y además formo bienes inmuebles que aun como obras de arte recuerdan y atesoran la difusión histórica del lugar.

Las Peñas es declarado Patrimonio Cultural de la Nación, según Resolución de Declaratoria emitida por el directorio del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, el 23 de julio del año 1982. Este valioso reconocimiento conlleva a que entidades privadas y públicas como el M.I. Municipalidad de Guayaquil, trabajen en su proceso de regeneración, entre los años 2002 y 2008, embelleciendo las casas patrimoniales de la calle Numa Pompilio Llona.

El interés por contar la historia de Guayaquil, marca la transformación del barrio Las Peñas. La regeneración de las 36 edificaciones que conforman el trayecto de la calle Numa Pompilio Llona, las fundaciones Siglo XXI, Malecón 2000 junto al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, toman como medida principal fortalecer el turismo. Promocionar el patrimonio cultural y sus bienes culturales a través del valor histórico, tradiciones y anécdotas del sector. Permite ganar afluencia de turistas en estos espacios públicos, atraídos por la arquitectura neocolonial de las casas patrimoniales, donde destaca el diseño de sus grandes ventanales, balcones, la conservación de ornamentos y la recuperación del color original de las casas. (Calero Garcés, 2014)



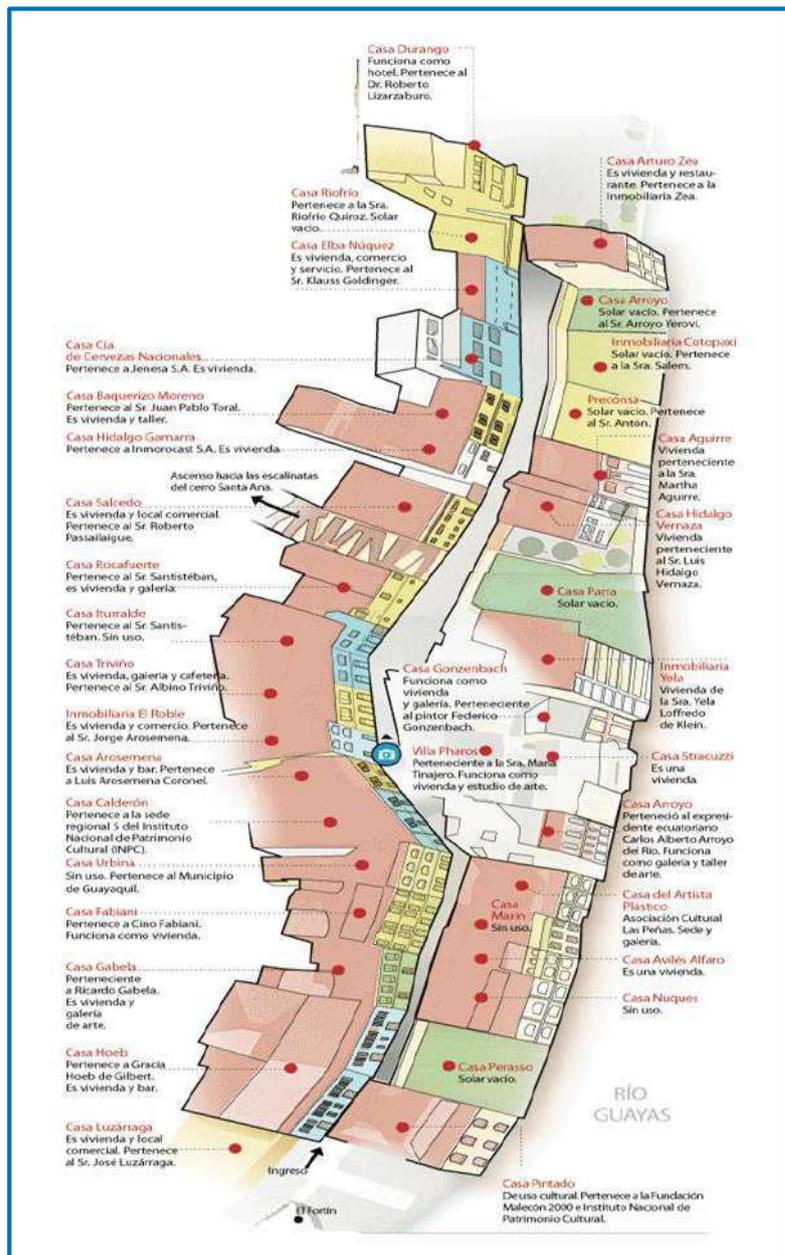
Imagen 2 Fotografía de la Calle Numa Pompilio Llona
Fuente: EL Universo, 2012

Autor: Desconocido

Calero nos da una evidencia del enfoque que debemos darle al Patrimonio Cultural que tenemos en el barrio Las Peñas pero en la actualidad aún nos falta trabajarlo, pero aun así es un gran recurso para trabajar no solo lo cultural sino también el turismo como una alternativa diversa para protegerlo o fortalecerlo conociendo la historia de la ciudad de Guayaquil y conservando sus espacios.

Existen 36 casas patrimoniales que destacan significativamente en la Calle Numa Pompilio Llona, que nos permite admirar la estructura realmente republicana que existió para los 1920; hechas en madera, material que destacaba en la época y que marco la identidad guayaquileña entre ellas tenemos:

1. Casa Pintado
2. Casa Luzarraga
3. Casa Perasso
4. Casa Hoeb
5. Casa Nuques
6. Casa Gabela
7. Casa Avilés Alfaro
8. Casa Marín
9. Casa Fabiani
10. Casa del artista plástico
11. Casa Urbina
12. Casa Calderón
13. Casa Arroyo
14. Casa Stracuzzi
15. Casa Arosemena
16. Inmobiliaria el Roble
17. Inmobiliaria Yela
18. Casa Triviño
19. Villa Pharos
20. Casa Gonzenbach
21. Casa Iturralde
22. Casa Rocafuerte
23. Casa Parra



24. Casa Hidalgo Vernaza
25. Casa Salcedo
26. Casa Aguirre
27. Casa Hidalgo Gamarra
28. Casa Baquerizo Moreno
29. Preconsa
30. Casa de la Compañía de Cervezas Nacionales
31. Inmobiliaria Cotopaxi
32. Casa Arroyo
33. Casa Elba NUquez
34. Casa Riofrio
35. Casa Arturo Zea
36. Casa Durango

Imagen 3 Mapa de las Casas Patrimoniales
Fuente: (Diario El Universo, 2012)

Cada una de ellas tiene una historia cada una por su arquitectura es considerada Patrimonio Cultural de la Nación pero aún nos falta mucho en la actualidad para darle un enfoque diverso para poder darle la importancia o el realce de Patrimonio Cultural de la Nación por encontrarse en un sector reconocido sino por los personajes ilustres que habitaron.

Entre ellos tenemos Presidentes: Francisco Robles, José Luis Tamayo, Carlos Julio Arosemena Tola, Alfredo Baquerizo Moreno, Eloy Alfaro; Carlos Alberto Arroyo del Río. Escritores: Alba Calderón de Gil, Enrique Gil Gilbert, Juan Montalvo, Ernest Hemingway, Numa Pompilio Llona. Pintores: Manuel Rendón Seminario y Alfredo Espinosa Tamayo. Otros: Che Guevara, quien por un período ayudó como pediatra de forma gratuita en el sector; Antonio Neumane, compositor del Himno Nacional; Rita Lecumberri, educadora; Rafael Pino Roca, historiador; Frederick Ashton, bailarín y coreógrafo inglés; cada uno de ellos dio su aporte para ser parte de la historia Ecuatoriana y habito permanente o temporalmente en este lugar que pudo ser fuente de inspiración, idealización, creación o repotenciación de sus habilidades por lo cual este Patrimonio debería tener no solo el enfoque de destino sino uno más diverso donde el Patrimonio y el turismo estén relacionados a compartir la riqueza cultura que existió y formo nuestro territorio.

Enfoque del Patrimonio Cultural

La identidad nacional se ha ido conformando a partir del legado histórico heredado por quienes habitaron el territorio del actual Ecuador, desde hace de más de diez mil años. Diversas sociedades dieron forma a la tierra y a las piedras, cultivaron, crearon, recrearon. El patrimonio cultural está fragmentado en materiales e inmateriales, que se constituyen en expresión o demostración de la creación humana o de la evolución de la naturaleza, apreciado y traspasado de una generación a otra.

Si hacemos referencia al Ecuador nuestras culturas evidencia sistemas de vida muy ligadas a lo natural, al respeto por nuestra biodiversidad y la utilización de los mismos para realizar las más ricas manifestaciones artísticas, musicales y artesanas que proporcionan una identidad a los ecuatorianos.

El patrimonio es parte de la creación humana que un colectivo o una comunidad debe proteger, valorar y recrear para que la misma de sentido de pertenencia y la importancia social para reconocerse, la Constitución del 2008 establece en su artículo 379 establece como bienes patrimoniales a los que “Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado.” Es por ello que el Barrio Las Peñas o el sector de la Peñas a sido considerado Patrimonio Cultural de la Nación y se le debe dar el realce necesario para que todos no solo conozcamos sino que podamos ver a este patrimonio con un nuevo enfoque vivo de gestión sostenible y turismo cultural.

Ley De Patrimonio Cultural De La Nación nos dice: “La investigación, conservación, preservación, restauración, exhibición, promoción del Patrimonio Cultural de la Nación se sujetaran a las normas de la Ley y Reglamento, y a los principios generalmente aceptados en la materia”.

El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural prestara asistencia técnica a las Instituciones de derecho público o privado, y a personas naturales, para la investigación, conservación, restauración, recuperación, acrecentamiento, exhibición, inventario o revalorización de bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural de la Nación

Ambas entidades buscan salvaguardar el patrimonio Cultural y esto debería tener un enfoque sistemático donde la sostenibilidad debe ser uno de sus principales enfoques ya que se debería sustentarse en sus tres ejes (ambiental, social y económico) que ayudan a que el turismo o un lugar se desarrolle y se proporcione una conservación y preservación permanente.

La UNESCO subraya que la salvaguardia del patrimonio material o inmaterial es un proceso complejo que involucra a múltiples actores, empezando por las comunidades y grupos que le dan vida. En virtud de la Convención, las actividades de salvaguardia se financiarán mediante un fondo cuyos recursos provendrán sobre todo de las contribuciones de los Estados Partes, de los recursos destinados a este fin por la Conferencia General de la UNESCO así como de aportaciones, donaciones o legados hechos por otros Estados, organizaciones o personas físicas.

Esto debe ser el enfoque diverso y comprometido para que cada una de las partes en el Barrio Las Peñas, las autoridades locales, los dueños de los inmuebles y las personas que manejan la actividad turística de Guayaquil creen proyectos donde den virtud a valorar el recurso. Desde un enfoque responsable, como herramienta de sostenibilidad, el turismo puede contribuir a valorar, conservar, rehabilitar y preservar las condiciones naturales, sociales, económicas y culturales de los pueblos en los que se desarrolla, contribuyendo a reanimar las tradiciones, costumbres, ritos, mitos, entre otras. y así aumentar en todos los sentidos la calidad de vida de la población anfitriona.

La gestión y el Turismo

Una gran ayuda para la preservación y revalorización del patrimonio cultural y de la diversidad cultural es la actividad turística. En pocas décadas el turismo se ha convertido en uno de los sectores de más rápido crecimiento, en un poderoso vector de relación intercultural, económica y social que abarca los sueños y las esperanzas de millones de ciudadanos.

Una Buena Gestión se refiere a establecer y administrar recursos, de manera tal que se puedan gestionar todas las acciones de un proyecto dentro del alcance, el tiempo, y coste definidos, con la calidad como objetivo y la sostenibilidad integrada en todas

las acciones. El Barrio Las Peñas tiene diferentes actores que han desarrollado una revalorización y regeneración del lugar pero aún nos falta en proyectar su riqueza como Patrimonio Cultural de la Nación y desarrollar con este un turismo cultural que gestione de manera organizada y sostenible que identifique la historia de la ciudad y de los personajes ilustres que vivieron en ese lugar.

Con respecto al turismo, este debe ser instaurado de una forma muy responsable, porque así como puede ser de gran ayuda para revalorizar el patrimonio de los habitantes visitados y lograr que las mismas sean conocidas por la Humanidad, también puede llegar a distorsionar las culturas autóctonas por la interacción permanente de diferente cultura en el destino visitado.

Para Getz (Citado por Hall y Page, 1997: 309), “La planificación turística debe ser un proceso basado en estudios, investigaciones y análisis, que busque optimizar la contribución del turismo al bienestar social y a la conservación ambiental”. Esto nos lleva a darnos cuenta de la importancia de la valorización y planificación para conservar un recurso da un bienestar a la sociedad y al entorno donde se desenvuelve.

Por su parte, Clare Gunn (2002: 141),” propone un proceso de planificación local que debe iniciarse una vez que se hayan completado ciertos antecedentes: a) Debe haberse organizado un comité público-privado que dirija o patrocine el proceso; b) Los dirigentes deben estar de acuerdo en involucrar a todos los actores sociales del destino; y c) Las estrategias deben dirigirse tanto al sector público como al sector privado y organizaciones sin fines de lucro”.

Las Peñas, enfoque diverso y Comprometido

En la Ley de Turismo del Ecuador en el Art 3 y como principio de la actividad tenemos en el literal a “La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional” esto nos ayuda a evidenciar que hasta en las Leyes locales tenemos que ver que en el Ecuador se da la apertura para emprender en nuevas iniciativas para desarrollar y fortalecer el turismo generando empleo y promoción.

Para proponer un enfoque diverso y comprometido en Las Peñas así como una buena gestión donde participe varios actores para comprometerse a llevar cualquier recurso o atractivo a la sostenibilidad que requiere los estándares mundiales actuales se deben establecer ciertas actividades:

- Fructificar la globalización y dar a conocer al mundo lo importante del Patrimonio cultural.
- Desarrollar la vigilancia en los Patrimonios Culturales para que no sean dañados.
- Crear unas asociaciones con las entidades académicas donde los estudiantes sean preparados y den la guía correspondiente sobre la orientación de conocer, conservar y proteger los patrimonios culturales.
- Realizar teatros para conocer la historia del lugar de una manera dinámica.
- Entrevistar a personas capacitadas en el tema para que promuevan la difusión de cómo preservar el patrimonio cultural.
- Dar a conocer a las personas sobre el deterioro que causa la naturaleza a los patrimonios culturales e intentar convencer que voluntariamente ayuden a reconstruirlo.
- Si existe medios económicos promover la tecnología dentro de los Patrimonios Culturales que proporcionen la información necesario al no encontrar personas que puedan realizarlo.

CONCLUSION

El análisis de Las Peñas, Patrimonio Cultural con un enfoque diverso y comprometido nos deja evidencia que la implementación de las acciones mencionadas le permitirá mejorar su desempeño operativo, no sólo estableciendo mecanismos para ello, sino también dando sentido a cada una de sus acciones para conocer lo que sucedió o que hicieron los personales para la historia local del Ecuador.

Esto no se podrá ver reflejado sin el accionar de sus colaboradores, quienes han sido involucrados en el proceso de reformulación de la revalorización del lugar no solo por ser un atractivo turístico, sino por guardar un legado de identidad que debe ser gestionada de manera sostenible y por ende desarrollar objetivos y metas para asegurar el conocimiento del Patrimonio Cultural de la Nación.

El turismo es una actividad muy buena para obtener beneficios económicos y para revalorizar el patrimonio cultural, siempre y cuando este organizada de forma consiente y responsable. En la Peñas la recuperación de sus casas históricos para fines de regeneración urbana han contribuido ya a generar actividades diversas en el sitio, como galerías de artes, venta de artesanías y locales comerciales que han generado buenos resultados, pero también muchas veces se ha caído en "fachadismos" que tienden a justificar una perdurabilidad del patrimonio que en realidad es aniquilado ya que solo sirven para estas acciones y no para dar a conocer y mantener las raíces ancestrales de como llego a forjarse y fortalecer para ser de importancia e interés nacional.

Por lo cual el Enfoque diverso y comprometido del Barrio Las Peñas debe empezar por sus propietarios para buscar iniciativas donde la educación sea su objetivo principal para fortalecer nuestra historia y dar alternativa para que el turismo ayude a que su Patrimonio sea salvaguardado.

En conclusión el "Patrimonio es la memoria de la Comunidad, que la comunidad decide mantener como tal, sin desechar ni olvidar, guardando y protegiendo. Por ello, no lo "consume" sino lo "usa", no lo "gasta" y si lo "actualiza" lo hace con mucho cuidado". *Arq. Liliana Rainis*

RECOMENDACIÓN

Preservar o poner en valor sería, entonces, una etapa del proyecto más amplio. Donde no solo las autoridades sino los pobladores locales necesitan enfocarse para así ver otras oportunidades para desarrollar el destino turístico que es Las Peñas en Guayaquil; darle un sentido diverso trabajar con otras instituciones para crear espacios de cultura donde los productos turísticos sean planificados y se encuentren presente para fortalecer el conocimiento de la importancia del Patrimonio Cultural del Sector no es tarea fácil pero aun así es de vital importancia para no dejar que las mismas sigan cerradas y en destrucción paulatina por el tiempo sin poder aprovecharlas en beneficios del conocimiento histórico que nos puede proporcionar cada una de ellas.

BIBLIOGRAFÍA

MUNIZAGA VIGIL, Gustavo. 1999. *Las Ciudades y su Historia: Una aproximación*. México: Alfaomega.

ACERENZA, Miguel Ángel. 2000. *Administración del Turismo: Conceptualización y organización*. México: Trillas.

WAISMAN, Marina. [199-]. El patrimonio es la construcción de la ciudad. *Rev. Summa*. 23

PESCI, Rubén. 1989. Parecerse más a sí mismo. (Nota editorial). *Rev. Ambiente*. 62.

PESCI, Rubén. 1989. Preservando ideas. *Revista Ambiente*. 62.

GUIDI, Freddy F. C. Enfoque para la valoración regional del patrimonio. *Revista Arquitectos*. 6.

RAINIS, Liliana. 1987. *Sobre el patrimonio ambiental*. (Ponencia al 11 Congreso Nacional de Preservación de Patrimonio Arquitectónico y Urbano) Córdoba: Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad Nacional de Córdoba.

MORTAROTTI, María Teresa. 1997. *La literatura oral como un bien Intangible*. *Patrimonio Intangible. Ponencias*.

(Artículo presentado en las Primeras Jornadas del MERCOSUR sobre Patrimonio intangible). Mar del Plata: Centro Internacional para la conservación el Patrimonio Mar del Plata

SACCHERO, Pablo. 1997. *Contribución a la comprensión del patrimonio cultural como un bien intangible*. *Patrimonio Intangible. Ponencias*. (Artículo presentado en las Primeras Jornadas del MERCOSUR sobre Patrimonio intangible). Mar del Plata: Centro Internacional para la conservación el Patrimonio Mar del Plata

<http://www.patrimonium.ec/index.php/2013-05-15-14-05-21/volumen-4/item/35-hacia-una-gesti%C3%B3n-local-sustentable-del-patrimonio-cultural-en-ecuador>

- Ivarado Bastidas, Carolina; Soto la Mota, Viviana. (2012). *Repositorio Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/88>
- Bajaña Robles, Vanessa. (2014). *Repositorio Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7771>
- Cabrera Añazco, Jairo;. (2014). *Repositorio digital de la Espol*. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/29822/D-64991.pdf>
- Calero Garcés, J. (2014). En el barrio Las Peñas se preservan los inmuebles patrimoniales. *Ecuador a colores*. Obtenido de http://www.ecuadoracolors.com/ed2014_feb/pages/nac18.html
- Compte Guerrero, F. (2009). *Periodización de la Arquitectura Guayaquileña en el siglo XX*. Conferencia. Obtenido de www.bibliotecamunicipaldeguayaquil.gov.ec
- Compte Guerrero, F. (2011). *Relación entre los desastres y el desarrollo urbano de Guayaquil*. Conferencia. Obtenido de www.bibliotecamunicipaldeguayaquil.gov.ec
- Diario El Telégrafo. (2012). Las Peñas, bajo la mirada patrimonial. *Diario El Telégrafo*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura1/1/las-penas-bajo-la-mirada-patrimonial>
- Diario El Telégrafo. (2014). Edificaciones Patrimoniales entre el descuido y el olvido. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura1/1/edificaciones-patrimoniales-entre-el-descuido-y-el-olvido-infografia>
- Expreso. (2015). La Planchada de Las Peñas, ícono de la resistencia porteña. *El Fortín desde donde se combatió a los piratas*. Obtenido de http://expreso.ec/historico/el-fortin-desde-donde-se-combatio-a-los-pirat-JRGR_8145596
- Gómez Iturralde, J. A. (2009). La verdadera fundación de Guayaquil. En *La Fundación de Guayaquil: Un proceso de 1534 a 1547*. Obtenido de <http://www.efemerides.ec/1/julio/verdadera.htm>

Hoyos Galarza, M., & Avilés, E. (s.f.). *Historia de Guayaquil*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/15488107/Historia-de-Guayaquil>

Llerena Juez, Mariela;. (2014). *Repositorio Digital de la Universidad Casa Grande*. Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/150>

Matamoros Ileana. (2012). *Guía Patrimonial de Guayaquil, Zona Centro* (Primera Edición ed.). Guayaquil: Tibu. Obtenido de www.ministeriodepatrimonio.gob.ec

Ministerio Coordinador de Patrimonio. (s.f.). *En 1996 el Municipio de Guayaquil reconoció al Fortín de La Planchada en las Peñas como Monumento Patrimonial*. Obtenido de <http://tinyurl.com/6msgx3b>

Constitución de la República del Ecuador, 2008

Ley de Turismo del Ecuador, 2002

003. UN NUEVO MODELO DE TURISMO SOSTENIBLE EN LA QUINTA EL PEDREGAL UBICADA EN BALSAPAMBA, PROVINCIA DE BOLIVAR

Autora:

Alexandra Pérez Rivera

Ingeniera en administración de empresas Hoteleras y Turísticas

aperez@itsvr.edu.ec

Sub-Coordenador/Docente de la Carrera de Turismo

Instituto Tecnológico Superior Vicente Rocafuerte

Resumen

Actualmente en el Ecuador los temas ambientales han ido posicionándose y creciendo a pasos acelerados, de tal manera que ya no se duda en apostar a que la sostenible es la puerta que ayudará a crecer aún más la industria del Turismo, ya que sus beneficios suponen una mejora de la calidad en todo sentido y en todos los sectores que lo conforman, es por esto que esta investigación busca esclarecer el concepto de turismo sostenible y cuál es su nivel de utilidad en la actividad turística del sector de alojamiento.

Para esto, a través de este artículo se pudo realizar varias visitas a la finca El Pedregal ubicada en la parroquia Balsapamba, provincia de Bolívar; y el transcurso de las visitas se logró determinar aspectos principales de su situación actual para luego mediante estrategias o nuevos procedimientos poder proponer un nuevo modelo de mantenimiento y administración, implementando el turismo sostenible a todas sus actividades.

Finalmente después de todo el estudio, se pudo concluir con información específica, y con un nuevo modelo que contiene entre otras cosas, sugerencias para una mejora tanto en la infraestructura como en el proceso operativo aportando con la implementación de nuevas políticas y con mayor promoción de los servicios; con ello se pretende lograr que la Quinta conserve y preserve su naturalidad y al mismo tiempo tenga una mayor rentabilidad tanto para sus dueños como para las poblaciones cercanas que ofrecen servicios complementarios alrededor de la misma.

Palabras claves:

Modelo Turístico, Turismo sostenible, Alojamiento.

Abstract

Currently in Ecuador environmental issues have been positioned and growing at a rapid pace, so, people no longer hesitate to bet that sustainability is the door that will help further grow the tourism industry, as its benefits are an improving quality in every way and in all sectors that comprise it, this is why, this research seeks to clarify the

concept of sustainable tourism and what is its level of use in the tourism accommodation sector.

For this, through this article, could make several visits to a farm called El Pedregal, located in the Balsapamba town, province of Bolivar; and in the course of the visits it was determined main aspects of its current situation and then through strategies or new procedures to propose a new model of maintenance and management, implementing sustainable tourism in all its activities.

Finally, after all the study, it was concluded with specific information, and with a new model that contains, among other things, suggestions for improvement in both infrastructure and operational process contributing to the implementation of new policies and more promotion services; This is intended to ensure that the Farm conserve and preserve its naturalness may have a higher profitability for both owners to nearby towns that offer complementary services around it.

Key words:

Tourist model, sustainable tourism, lodging.

INTRODUCCIÓN

Turismo Sostenible

El turismo se ha convertido en una herramienta principal para el desarrollo económico de muchos países, en el año actual las economías emergentes reciben más llegadas de turistas internacionales que las economías avanzadas y para el 2030 el 58% de las llegadas internacionales se registrarán en destinos situados en economías emergentes de Asia, América Latina, Europa Central y del Este, Oriente Medio y África; la gran industria de viajes y turismo representa actualmente más del 10 por ciento del PIB mundial y genera más de 230 millones de empleos (Organización mundial del Turismo, 2011)

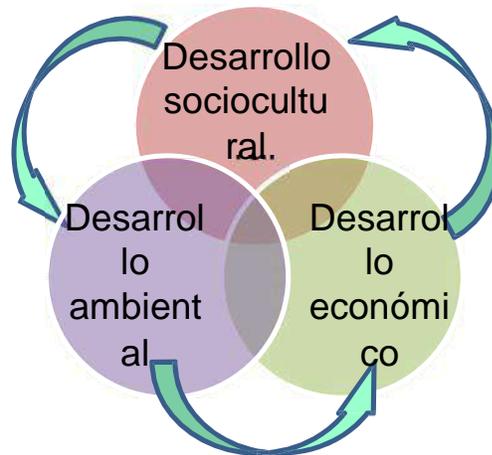
Sin embargo, la falta de conciencia ambiental, el desarrollo desenfrenado, la construcción excesiva de infraestructura en espacios naturales, los usos inadecuados de los recursos han desencadenado en que muchos destinos lleguen a una sobreexplotación y que a largo plazo terminen deteriorándose, otorgando en estos casos más impactos negativos que beneficios sociales.

Por todo esto y también por la exigencia de cierto grupo de turistas que han concientizado y palpado las consecuencia del turismo de masas, nace hace algunos años este modelo de turismo sostenible, el cual se puede ver como un mecanismo que implica flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado, uso de tecnologías ambientalmente aceptables e integración de las comunidades receptoras al desarrollo, lo que posibilitará al turismo funcionar con rentabilidad, pero no a expensas de los recursos y del patrimonio natural y cultural del territorio y según un modelo de gestión de los recursos con una perspectiva estratégica (Pardellas & Padin, 2004)

El problema para implantarlo radica en que muchas veces es visto solo como una idea o una tendencia, o como una simple respuesta a la demanda y no como en realidad debe ser visto, como un proceso de mejora y como una condición imprescindible para competir con éxito, que busca la interacción y el balance de estas 3 dimensiones:

1. La correcta utilización de los recursos naturales y culturales;
2. Mejora continua de la calidad de vida de las comunidades locales; y
3. Rentabilidad, es decir éxito en el factor económico.

Grafico 1. Dimensiones del Turismo Sostenible



Fuente: elaboración propia

Es así como para mantener el equilibrio antes mencionado, la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente se extiende a todos los sectores económicos de la sociedad y su práctica e implementación se despliega a todas las actividades turísticas.

Tanto los municipios como las agencias de viajes, restaurantes, grandes empresas de cruceros, establecimientos de hospedaje y cualquier otra empresa de turismo ya se están preocupando por dejar una imagen positiva, duradera y adquirir el compromiso de apoyar acciones que contribuyan a la educación local, a la disminución del impacto medio ambiental y demás actividades que cumplan con la sinergia que busca la sostenibilidad, ya que consideran que es ahí donde se encuentra el verdadero futuro del turismo.

Establecimientos de hospedaje y Sostenibilidad.

Ofrecer un servicio agradable a los clientes y combinarlo con el respeto por el medio ambiente se ha convertido en uno de los retos en el sector hotelero.

La integración en la gestión hotelera de mecanismos de acción ambiental para alcanzar la eficiencia energética y ahorrar en gastos, es sin lugar a dudas, uno de los aspectos clave en el camino hacia un modelo turístico sustentable en su dimensión económica, social y ambiental.

Para el sector hotelero es imperativa la adaptación a estos cambios de tecnologías y comportamientos, ya que no pueden quedar fuera de la creciente concientización acerca del deterioro del planeta, ni de las nuevas exigencias de calidad y de complacencia de los turistas a escala global, los cuales posee nuevas motivaciones y valoran mucho más un entorno limpio y saludable, en el que la actividad turística sea respetuosa con la preservación de los recursos naturales.

Por ello, la competitividad del sector hotelero debe fundamentarse en la calidad turística, pero también en la necesidad de aplicar herramientas y prácticas de gestión compatibles con la conservación del medio ambiente para no seguir teniendo los inconvenientes que ya se han venido presentando.

Es en la fase de prestación de servicios o también llamada fase operacional (mantenimiento, limpieza, cocina, lavandería, etc.) donde se dan los mayores impactos medioambientales, ocurriendo en menor medida en la fase anterior a la prestación del servicio (construcción y producción de productos auxiliares). Los principales impactos ambientales (Pincay, 2013) del alojamiento turístico son los siguientes:

- Uso inadecuado de recursos, sobre todo materiales de construcción en la fase anterior a la prestación de servicios y mal manejo del agua en la fase operacional.
- Uso excesivo de energía durante la prestación de servicios para calefacción y aire acondicionado.
- Emisiones al aire (gases, aerosoles, partículas, etc.), al agua (productos de limpieza, desinfectantes, detergentes), al suelo (pesticidas, herbicidas y fertilizantes).
- Residuos durante todas las fases del ciclo de vida (envases, residuos orgánicos de cocina y jardín, muebles y equipos obsoletos).
- Ruido durante todas las fases del ciclo de vida (en la construcción o reconstrucción, o de actividades al aire libre).
- Pérdida de la biodiversidad durante todas las fases del ciclo de vida (ocupación del suelo, degradación de paisajes, destrucción de hábitats).

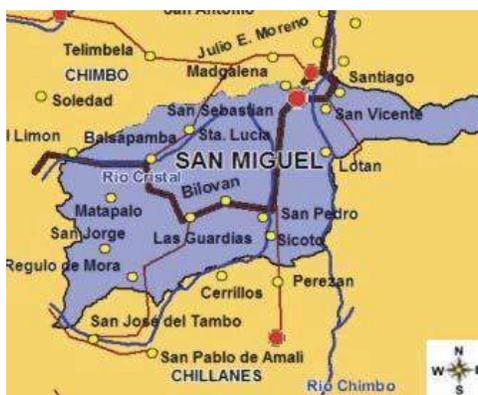
Todos estos factores han producido consecuencias extremadamente negativas en todas partes del mundo, y por supuesto también en el Ecuador, ya que los establecimientos de hospedaje aún no llegan a ese nivel de conciencia para adaptar todas las medidas necesarias para contrarrestar la situación.

Balsapamba, a pesar de no estar muy inmersa en esta tendencia de la sostenibilidad y de que los turistas que se alojan en este pueblo, al igual que en otras partes del mundo, producen miles de desechos; aún cuenta con un ambiente limpio y un magnífico paisaje digno de admirar, pero como la naturaleza tiene sus límites, es necesario considerar lo antes posible el cumplimiento de acciones de conciencia ambiental y social tanto para dueños de los negocios como para los viajeros.

Turismo en Balsapamba

La ciudad de **Balsapamba** forma parte de la provincia de Bolívar en Ecuador; está situada en el cantón San Miguel, en el camino que va hacia la capital de la provincia, Guaranda y que bordeando el bondadoso nevado Chimborazo, puede conducir hasta Quito. Su estratégica localización entre las Regiones de la Sierra y de la Costa, permite que el clima sea templado y tenga un perfecto equilibrio combinando el calor y el frío.

Imagen 1. Mapa del cantón San Miguel



Fuente: Página web: www.viajandox.com

Contando con este clima sorprendente cargado de mucha vitalidad, se puede realizar diferentes actividades como paseos en chiva hasta los diferentes sectores aledaños; al adentrarse en su interior se encuentran hermosas cascadas naturales como las de Tiandiagote, Cañotal, Muñapamba, Alungoto, que hacen sentirse en el paraíso y justamente en la Ruta de Bolívar se puede transportar al pasado histórico acompañado de riqueza natural.

El pueblo de Balsapamba cuenta también con una gran riqueza arqueológica e histórica considerada muy especial, ya que, por su central ubicación geográfica, antiguamente servía de paso obligatorio de quienes llevaban y traían productos del norte hacia el sur, lo que ha permitido realizar descubrimientos de vestigios de arquitectura hispana y de actividades recreativas de diferentes épocas. En esta zona también se llevó a cabo la famosa batalla Camino Real, siendo ésta de gran importancia, ya que en ella se consolidó el pronunciamiento por la independencia de Guayaquil el 9 de octubre del 1820. (Prado)

Debido a sus tierras fértiles, este pueblo cuenta con una gran producción agrícola, produciendo naranja, café, caña de azúcar, cacao, plátano y demás frutas tropicales, los cuales son comercializados en pequeños negocios situados en la vía principal; la economía de la parroquia también es sustentada en la elaboración de artesanías, bebidas y platos típicos; pero, en definitiva, el eje central de la actividad económica en Balsapamba es el turismo.

Las inversiones que se han realizado hasta el momento, han permitido que en poco tiempo se hayan construido centros turísticos, complejos recreacionales, parques acuáticos, Villas familiares, establecimientos de alojamiento y alimentación, para disfrutar de la rica comida sazónada con productos naturales de la zona; todo ello

acompañado de un paisaje afrodisíaco, en donde existe mucha diversidad y sus alrededores están compuestos por montañas, cascadas y ríos para compartir con la familia momentos de esparcimiento y recreación.

A Balsapamba llegan grupos de amigos y de familias que desean escapar de la ciudad para divertirse, relajarse y descansar en un ambiente muy distinto al de su medio habitual. Poco a poco ya se ha logrado desarrollar de una manera conveniente el turismo de la zona de manera que los habitantes puedan ofrecer un mejor servicio, y al mismo tiempo los otros segmentos de mercado se puedan beneficiar.

Entre los Centros Turísticos con los que cuenta Balsapamba está la Quinta ***El Pedregal***, la cual es un espacio natural de varias hectáreas de terreno, cuenta con tierras aún fértiles, y con varias instalaciones para el entretenimiento de todas las personas que deseen visitarla.

Por diversos factores de mantenimiento y administración por parte de los dueños, en la Quinta jamás ha sido contemplada la idea de un Turismo Sostenible, provocando que ésta haya perdido clientela. La actividad turística del lugar se realiza mayormente en ciertos feriados y fines de semana, es decir es estacional y considerado en esa época como masivo y popular debido a las limitaciones económicas de los clientes, lo que hace captar mayor volumen del establecido para lograr ingresos visibles, generando impactos negativos para el negocio.

Debido a la poca información y escasa educación en temas ambientales o turísticos, las personas de la región en general no cuentan con muchos recursos o ayuda para emprender proyectos de carácter sostenible o para mejorar los existentes.

Es por esto que se hace necesaria esta investigación para posicionar a la Quinta como una de las mejores de la provincia, explotando mejor y más adecuadamente sus recursos para que siga manteniendo su belleza natural y turística, y al mismo tiempo ayudar a las personas que colaboran en ella a tomar conciencia y a contar con una responsabilidad social, para que así puedan sentir un verdadero compromiso hacia el cuidado y buena administración de los tesoros que poseen.

Quinta El Pedregal

Mediante un estudio exploratorio en las diferentes visitas que se realizó, se pudo visualizar y obtener información valiosa, y mediante el método descriptivo se procederá a detallar los hechos observados y cada uno de los elementos que forman parte del lugar.

La Quinta El Pedregal, cuenta con una extensión de 10 hectáreas y está ubicada al pie de la vía a Balsapamba a tan solo 2km antes de llegar al pueblo.

Imagen 3. Entrada principal desde el exterior y el interior



Fuente: Alexandra Pérez

La Quinta cuenta con las siguientes instalaciones.

- 10 habitaciones para hospedaje,
- 1 comedor para servicio de alimentos y bebidas,
- 1 sendero hacia el río
- 1 piscina
- canchas deportivas.
- 1 área de juegos de mesa en donde se encuentra una parrilla que puede ser utilizada para hacer asados.
- 1 salón para realizar eventos

Imagen 4. Habitaciones



Fuente: Alexandra Pérez

Imagen 5. Interior de las habitaciones



Fuente: Alexandra Pérez

Imagen 6. Piscina



Fuente: Alexandra Pérez

También dentro de la Quinta se cuenta con árboles madereros y plantaciones de variedad de frutas y otros alimentos como naranja, lima, mandarina, varios tipos de guineo, café, cacao, maracuyá, entre otros.

Imagen 7. Cancha



Fuente: Alexandra Pérez

La Quinta es administrada por una persona desde Guayaquil y es cuidada por 2 personas que pernoctan dentro de ella, quienes no tienen los conocimientos necesarios acerca de la manera más conveniente de operar la Quinta. Actualmente las actividades turísticas solo las manejan por medio de grupos que desean realizar alguna actividad concreta, que por lo general se hospedan y hacen uso de las instalaciones, solo los fines de semana; en esos días se contrata parcialmente a otras personas para que ayuden en el área de la cocina y en la limpieza de habitaciones.

Como se puede observar en las imágenes la entrada de la Quinta no cuenta con un letrero en donde se distinga el nombre de la misma, y si bien es cierto que el paisaje que la rodea es fascinante, su exterior podría estar mejor cuidado.

Imagen 8. Sendero



Desde la entrada se puede oír claramente el sonido de unas cascadas que desembocan en el río Cristal, llamado así por sus aguas cristalinas al cual se puede llegar desde la Quinta por medio de un sendero, que no está en muy buen estado, sobre todo para la época de lluvia, se hace un poco riesgoso caminar por él.

Imagen 9. Río Cristal



Algunas de las habitaciones con las que cuenta, están faltas de mantenimiento en cuanto a la pintura; la energía eléctrica y el sistema de agua la manejan de manera convencional, es decir que no se ha contemplado el ahorro de este importante recurso.

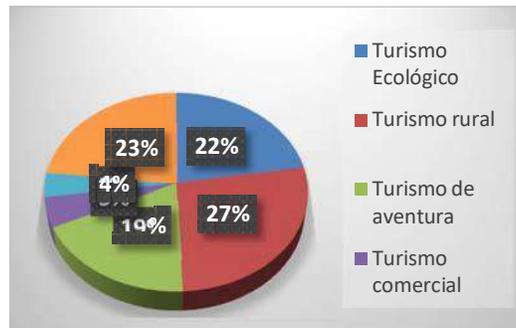
Recorriendo la Quinta se pueden encontrar muchas frutas en el suelo, ya que, al no tener una persona encargada específicamente de cosecharlas, se dañan y caen, otorgando así un desperdicio innecesario para los dueños

Asimismo, la vegetación en general pudiera estar mucho mejor cuidada si contaran con una persona que posea los conocimientos necesarios para mantenerlas florecidas. No existe ningún sistema para el manejo de los diferentes desechos que son producidos en la Quinta y tampoco cuentan con ningún programa formal de prevención contra incendios.

En las encuestas aplicadas a los moradores y turistas sobre la relación del turismo sostenible con la Quinta, podemos observar lo siguiente:

La mayoría de los visitantes escogieron realizar tipos de turismo como el ecológico, rural, gastronómico y de aventura que son las actividades que se incluirían en la Quinta.

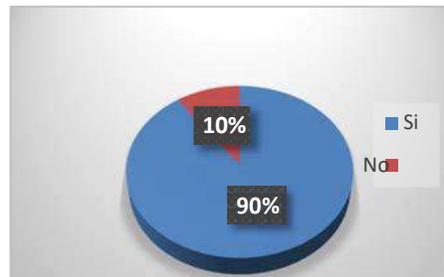
Gráfico 1. Tipos de Turismo escogidos los visitantes



Fuente: Alexandra Pérez

El 75% de las personas que visitan este destino preferirían pasar una estancia en un establecimiento que mantenga prácticas de turismo sostenible que ayuden a disminuir el impacto ambiental a un hotel convencional.

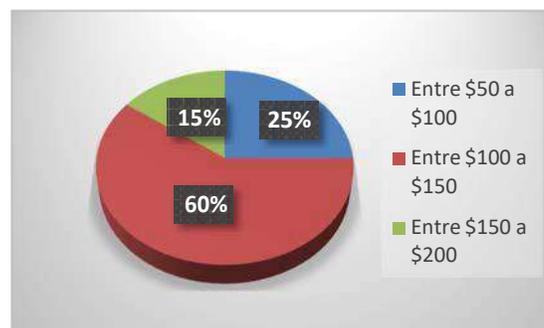
Gráfico 2. Personas que están interesadas en incluir actividades de Turismo sostenible en la Quinta



Fuente: Alexandra Pérez

El 90% de las personas están de acuerdo y les interesa que en la Quinta El Pedregal se incluya actividades como el agroturismo, senderismo, turismo de aventura, gastronómico, etc.

Gráfico 4. Cantidad de dinero que personas están dispuestos a pagar por los servicios.



Fuente: Alexandra Pérez

La mayoría de personas están dispuestas a pagar entre \$100 y \$150 por los servicios que se mencionó anteriormente, lo cual es rentable para la Quinta ya que la tarifa que se ofrece actualmente es mucho menor.

Conclusiones y Recomendaciones

Después de haber realizado todas las visitas necesarias se pudo concluir que La Quinta presenta varios problemas, tanto en infraestructura como en el modo de operar debido a la falta de personal, especialmente de una persona que esté más tiempo en la Quinta administrándola, la falta de capacitación y por ende concientización de las pocas personas que laboran ahí.

En varias ocasiones se ha contemplado y planteado la idea de mejorar el negocio y hacerlo sostenible, pero por el poco interés y desconocimiento de los dueños no se ha llegado a nada concreto.

Debido a la importancia y al gran impacto positivo que se consigue al incluir criterios sostenibles a toda actividad turística, se ha considerado de manera general, proponer en la Quinta El Pedregal este modelo de turismo que sea amigable con el medio ambiente y que le permita aumentar su rentabilidad y cooperar con el desarrollo de la comunidad.

Del mismo modo con el diagnóstico que se realizó, se pudo determinar ciertas prácticas y procedimientos sostenibles que se pueden implementar en la Quinta El Pedregal, el cual le permitirá lograr un adecuado desarrollo y una mejor distribución de los beneficios obtenidos. La construcción de cabañas o bungalows hubiera sido lo más apropiado y armonioso con el ambiente de la Quinta, pero su funcionamiento se lo puede mejorar con el modelo que se detalla posteriormente.

Modelo Sostenible

El modelo que se propone consta de 2 partes, la primera que se enfoca completamente al impacto ambiental y manejo de recursos y el segundo se orienta específicamente al servicio de calidad turística, tomando en cuenta también al personal que labora en la Quinta.

En lo que se refiere a las prácticas ambientales, esta se basa en los siguientes 3 factores:

1. Optimización de los recursos
2. Disminución del consumo energético
3. Disminución de residuos y emisiones (contaminación)

Dentro de la optimización de recursos cabe añadir algunas sugerencias para el ahorro tanto de materiales como del agua que es un recurso indispensable y un bien precioso en nuestra vida. Las medidas a tomar serían las siguientes:

- Establecer la cantidad de agua que se puede ahorrar durante la limpieza tanto de las instalaciones como de los alimentos y planificar un plan de ahorro de consumo entre los empleados.

- De haber la posibilidad, implementar medidores de caudal para controlar el consumo de agua por áreas operativas.
- Instalar carteles en los baños de las habitaciones acerca de las diferentes maneras de ahorrar agua como por ejemplo cerrar la llave mientras se rasuran o se lavan las manos, esto puede ahorrar hasta 200 litros de agua al día, a su vez también se puede instalar grifo con pulsador en las áreas públicas.
- Programar un mantenimiento general para la revisión de instalaciones, tuberías y reparación de llaves que gotean u otro tipo de fugas. Éste debería realizarse por lo menos dos veces al mes y es mejor si se asigna a una persona encargada de darle seguimiento.
- Contar con una persona experta en jardinería que sepa aplicar las diferentes técnicas de ahorro como el riego en los horarios adecuados, condensación de climatizadores y utilización del agua de lluvia o aguas depuradas grises para el riego o para cualquier otra actividad que sea posible.
- Utilizar técnicas como la cloración salina, ionización u ozonificación para la limpieza de la piscina.
- Utilizar lo más posible alimentos cosechados en la misma Quinta, y al comprar elegir proveedores que se preocupen por el medio ambiente, es decir que evadan envases innecesarios y se preocupen por la gestión de los residuos.
- Incentivar a todos los empleados a utilizar las 2 caras de un papel, y cuando las 2 estén utilizadas, guardar para reciclaje y emplear este, ya sea para hacer manualidades, artesanías o para cualquier actividad siempre que sea posible.
- Incentivar el uso del correo electrónico y de mantener archivos computarizados para disminuir el uso de papel a la hora de imprimir, tener la costumbre de revisar antes para evitar errores.
- Utilizar siempre los productos más antiguos y rotarlos según la fecha de caducidad para evitar productos desperdiciados.

Como ya se sabe en un establecimiento de alojamiento es vital el uso de energía eléctrica para el servicio y comodidad de los huéspedes, sin embargo, se pueden tomar las siguientes medidas para ayudar a cuidar y reducir su consumo:

- Utilizar los equipos informáticos en modo de bajo consumo y apagar los aparatos eléctricos cuando no estén en uso.
- Usar focos o bombillas que consuman menos energía y de ser posible instalar dispositivos basados en energías renovables como aerogeneradores, placas solares, etc.
- Aprovechar al máximo la luz natural e Instalar interruptores con temporizador, de manera que se apaguen solos automáticamente.
- Mantener un buen nivel de limpieza y mantenimiento preventivo en los sistemas de iluminación y aparatos de climatización.
- Disponer de un lugar adecuado para situar las calderas y programar una limpieza periódica para la misma.
- Separar zonas frías de calientes en la cocina.
- Colocar letreros en los pasillos y habitaciones para incitar a los turistas a que apaguen las luces o aparatos eléctricos cuando no los estén usando.

En cuanto a la contaminación, es necesario mencionar que especialmente en los establecimientos de hospedajes donde se producen una gran cantidad de residuos que contaminan el aire, el agua y el suelo, ocasionando efectos negativos en el

ecosistema y en la salud humana. De manera que para llevar un manejo más adecuado de los residuos se podría aplicar lo siguiente:

- Aplicar los residuos por tipos, para facilitar su reciclado para esto es necesario implementar diferentes tachos de basura en donde se indique el nombre de cada tipo de residuos a depositar.
- Preferir comprar o elaborar abonos e insecticidas naturales, sin químicos.
- Utilizar en la medida de lo posible producto de limpieza que no sean agresivos con la atmosfera.
- De preferencias realizar compras al granel para evitar la acumulación excesiva de paquetes y envases.
- Tratar de adquirir productos de limpiezas biodegradables o naturales como como sal, limón, vinagre y bicarbonato de sodio que sean de bajo impacto para la salud humana y ambiental.
- Almacenar los residuos tóxicos como fluorescentes agotadas, botes de pintura, lubricantes, baterías entre otros, en condiciones adecuadas, esto es de preferencia en un lugar fresco, lejos del sol o de la lluvia y en envases resistentes y sin fugas.
- Prescindir de la utilización de aerosoles ya que sus gases son altamente nocivos.

Aparte de todas estas medidas, el establecimiento también puede apoyar proyectos ambientales y sociales que ayuden a mitigar las causas del efecto invernadero, calentamiento global, pérdida de hábitat, entre otros.

Y así como es necesaria la preocupación en la gestión ambiental, también se debe incorporar ciertas medidas y estrategias de calidad turística que implican mantener motivado al personal o colaboradores, contribuir al desarrollo de la comunidad y a su vez ofrecer el mejor servicio a los turistas. Para todo esto se detallan las siguientes recomendaciones:

- Establecer un manual en el que consten todos los procedimientos que se llevaran a cabo en todas las áreas, esto es de mucha utilidad tanto en la parte operativa como en la administrativa.
- Mantener programas de inducción y capacitación constantes para el personal y estar abiertos a posibles comentarios o sugerencias por parte de los mismos.
- Motivar a los empleados mediante un programa en el que se les reconozca o se les otorgue pequeños incentivos por buenas referencias de su atención hacia los huéspedes.
- De preferencia dar oportunidad de trabajo a personas que viven en la zona.
- Permitir que los pequeños comerciantes de artesanías puedan ofrecer sus productos a los huéspedes.
- Cuando los turistas requieran realizar alguna compra recomendar a los comerciantes del pueblo y productos autóctonos de la zona.
- En la recepción dar información a los turistas sobre la adopción de hábitos eficientes durante su estadía.
- Añadir y ofrecer a los turistas paquetes que incluyan actividades amigables con el ecosistema como paseos a caballo, agroturismo, turismo gastronómico y turismo de aventura en donde los turistas pueden ser partícipes de estas actividades. Frente a la Quinta hay una montaña con la cual pidiendo los

permisos necesarios y tomando las medidas de seguridad correspondientes se puede hacer la instalación para realizar Canopy.

- Arreglar y adecuar varios senderos para realizar senderismo en el cual se dé a conocer a los turistas acerca de la fauna y flora del lugar.
- Mantener una base de datos de los clientes que se hospedan para así tener en cuenta sus preferencias, informarles de futuras promociones y poder tener una retroalimentación acerca de su estancia.
- Incentivar a los huéspedes a comprometerse con el ahorro del agua y energía dando la posibilidad de que no se les cambie las sábanas o las toallas todos los días sino pasando 1 o 2 días en caso de que la estadía sea por varias noches; de ser así se puede ofrecer incentivos como cocteles, aperitivos o pequeños descuentos para próxima estadía.

Todas estas disposiciones y recomendaciones se deben aplicar responsablemente, y con previa capacitación de las personas que prestaran el servicio para que a su vez estas puedan transmitir este compromiso a los huéspedes. Son algunos los beneficios que la Quinta puede obtener al incorporarlas a sus actividades diarias, algunas son:

- Se protege la salud de los turistas y la de los empleados.
- Usar eficientemente el agua reduce los desechos de aguas residuales.
- Se ahorra dinero al disminuir el consumo de agua y energía eléctrica al igual que los costos de producción y operación.
- Se extiende la vida útil de los aparatos eléctricos al darles mantenimiento y reducir su uso.
- Mantiene una buena imagen y reputación ante la comunidad y ante los turistas responsables por estar contribuyendo a la protección del medio ambiente.
- Tienen mayor ventaja de preferencia por parte de los turistas con más conciencia ambiental.

Un Hotel, hostería o cualquier otro establecimiento de hospedaje no tiene que necesariamente que abstenerse al lujo o ciertas comodidades para poder adoptar ciertas recomendaciones. Actualmente la sostenibilidad en el servicio de hospedaje se está volviendo cada vez más popular y está desarrollando mejoras y avanzando en programas de responsabilidad social y sustentabilidad, todo esto para evitar el deterioro de las áreas naturales y para brindar una oferta más atractiva para el viajero cada vez más sensible a la preservación del medio ambiente.

Bibliografía

Boullon, R. (2006). *Planificación del espacio Turístico*. Madrid: Trillas.

GALÁPAGOS PARK. (2012). *ESTUDIO DE IMPACTO Y MANEJO AMBIENTAL* .

Recuperado el 2016, de

http://www.galapagospark.org/documentos/EIAs/Borrados_EsIA_Hote_El_Paraiso_marzo_2013.pdf

Graficos nacionales. (2010). *Balsapamba un paraíso escondido*. Recuperado el 2016, de <http://www.extra.ec/ediciones/2010/10/05/especial/balsapamba-un-paraíso-escondido/>

Organización mundial del Turismo. (2011). Recuperado el 2016 de <http://www2.unwto.org/es>

Pardellas, X., & Padin, C. (2004). PLANIFICACIÓN TURÍSTICA SOSTENIBLE: ANÁLISIS. Recuperado el 2016, de <http://www.aecr.org/web/congresos/2004/pdf/123.pdf>

Pincay, B. (2013). *PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA GUÍA AMBIENTAL*. Recuperado el 2015, de <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/88940/D-64750.pdf>

Prado, L. (s.f.). *Historia de Balsapamba*. Recuperado el 2016, de <http://balsapambadatos.blogspot.com/>

Yallico, C., & Cabrera, R. (2010). *Plan de Desarrollo de Actividades Turísticas*.

004. CASCADA DEL ARMADILLO, PARAÍSO ESCONDIDO UNA OPORTUNIDAD PARA EL TURISMO COMUNITARIO.

Autor:

MSc. Fernando Cevallos Ruales
Universidad Ecotec
fcevallos@ecotec.edu.ec

RESUMEN

En el presente trabajo se trata de destacar el enorme potencial que tiene la cascada del armadillo, un sitio natural muy poco conocido en el centro de la región costanera del país, que al momento no cuenta con una infraestructura adecuada y que puede ser uno de los principales destinos turísticos de la zona, dada las características del atractivo éste paraíso escondido es una oportunidad para el desarrollo turístico comunitario. Se procedió a realizar algunas visitas al atractivo con el propósito de verificar la afluencia de visitantes así como conocer el nivel de interés que tiene el atractivo, se pudo realizar encuestas y entrevistas con el fin de detectar como se informaron del mismo y saber sus necesidades con el fin de ofertar un producto acorde a las necesidades de los visitantes que en gran número se dan cita los fines de semana y en especial los "feriados". A su vez se aprovechó para poder realizar un estudio preliminar de la capacidad de carga que tiene el sitio con el fin de tener elementos de juicio con miras a realizar un plan de manejo adecuado a las características del sector, así como un plan de capacitación a los prestadores de servicio que al momento se encuentran dando éste tipo de atención en una forma artesanal.

PALABRAS CLAVE.

Atractivo, capacidad de carga, visitantes, senderos, prestación de servicios.

ABSTRACT

In the present paper it is to highlight the enormous potential cascade armadillo, a natural site very little known in the center of the coastal region of the country, when you do not have adequate infrastructure and can be one of the main tourist destinations in the area, given the attractive features of this hidden paradise is an opportunity for community tourism development.

He proceeded to make some visits to the appeal for the purpose of checking the influx of visitors and know the level of interest the appeal, it could conduct surveys and interviews in order to detect as they are informed of it and know their needs in order to offer a product that meets the needs of visitors who gather on weekends in number and especially the "holidays".

In turn he took advantage to make a preliminary study of the capacity that has the site in order to have evidence in order to make an appropriate management plan to the characteristics of the sector, as well as a training plan service providers when are giving this kind of attention in a traditional way.

KEYWORDS.

Attractive, load capacity, visitors, trails, services.

INTRODUCCION

Hablar del Cantón la Manga del Cura y el origen del nombre es escuchar dos versiones de donde proviene el nombre tan peculiar la primera versión nace de historiadores Guayasenses quienes postulan “En esta época (1865) se habla de la llegada a la montaña del párroco Leandro Fierro, de Daule. Su intención era seguir el camino hacia el interior de la República. Al no poder cumplir este objetivo regresó a Daule, pero dejó sus enseñanzas evangélicas, por ello los colonos para “inmortalizar aquel camino o trocha trazado por este párroco lo denominaron La Manga del Cura” (Universo, 2015)

Y una segunda postura Manabita que dice “Pero fue en 1928 cuando siendo párroco de Calceta decidió trazar un camino más corto para ir a Quito y con ayuda de campesinos abrieron una trocha en las montañas. A este sacerdote, según la tesis manabita, se debería el nombre de La Manga del Cura, Debe su nombre al párroco de Calceta, padre Luis María Pinto, que la llamó originalmente "Don Bosco". En 1928, el padre Luis María Pinto abre a puro machete una trocha (manga), desde Calceta "al empate" hasta un fértil valle de 1.000 kilómetros cuadrados ubicado entre Manabí, Guayas, Pichincha y Los Ríos; junto al religioso van los primeros moradores. Se considera que existen 139 comunidades en la actualidad. (Informatopunto, 2015)

Ésta zona del territorio de aproximadamente 57.35 km² que se encontraba sin delimitar por lo que las dos provincias Guayas y Manabí entran en conflicto por su posesión por intereses políticos y por la posesión de un recurso inapreciable “el agua” el Ecuador en su Constitución (2008) en sus Artículos 138 y 242 ordena que cada territorio debe estar perfectamente delimitado al cabo de cuatro años, en concordancia con la; éste cuerpo del leyes indica “NOVENA.- Los Gobiernos Autónomos Descentralizados, en el plazo máximo de dos años contados a partir de la vigencia de la presente ley, resolverán los conflictos de límites existentes en sus respectivas jurisdicciones territoriales de conformidad con cualquiera de los procedimientos establecidos en esta ley”. (LIMITES, 2013)

El incumplimiento de esta disposición será causal de revocatoria del mandato de los respectivos Alcalde o Prefecto; además el Código de Ordenamiento Territorial (COOTAD) para la asignación de recursos para gestión en los territorios así lo dispone.

En este escenario las prefecturas de estas dos provincias con el fin de captar su interés y el beneplácito de la población buscan maneras de resarcir el olvido que por décadas dejaron a ésta población sumida en el olvido y en el abandono, he inician con trabajo de adecentamiento de este sector, los pobladores a su vez se encuentran beneficiados con obras arreglo de caminos vecinales, campañas de cedulação, adoquinamiento de las principales calles, encausamiento de aguas lluvias, campañas de fumigación, arreglo del anillo vial que conectan con sectores principales y que benefician a cerca de seis mil habitantes de la zona.

El Cantón la Manga del Cura cuenta con un área de 488 km² zona que hasta hace pocos meses se encontraba en conflicto entre las provincias de Guayas y Manabí, sus límites son al norte con el cantón El Carmen, Sur Cantón El Empalme, Al este Cantón Santo Domingo de los Tsáchilas y al Oeste cantones El Carmen, Chone y Pichincha.

En ésta zona los montubios se dedican a la producción de cacao, maíz, limón palma africana, banano y plátano, así como productos de ciclo corto como tomates, fréjol. Maracuyá, maní, arroz, yuca entre otros productos agrícolas.

Para acceder a ésta zona del país se lo hace a través de las siguientes rutas vía Guayaquil – Quevedo – Buena Fe – Los Ángeles – La 14 - Manga del Cura en un trayecto de aproximadamente 220 Km. Dos horas y media de viaje; La otra vía Guayaquil – El Empalme – Puerto el Mono (con paso en Gabarra) por la represa Daule Peripa - Santa Teresa – Manga del Cura con un recorrido de aproximadamente 250 Km tres horas de viaje.

Figura 1 Límites del Cantón Manga del Cura



Fuente IEE 2015

Al acceder a ésta parte del territorio se puede observar que el tiempo no ha pasado por ahí, las personas que habitan a lo largo del trayecto Los Ángeles – Manga del Cura mantienen sus costumbres y tradiciones intactas lo que permite desde el punto de vista cultural poder acceder a información patrimonial de los habitantes y documentar como la cultura montubia se ha mantenido en ésta zona del país con todas y cada una de sus raíces aún propias sin mucha intervención de la llamada modernidad.

La intervención de las prefecturas de Guayas y Manabí en éste cantón permitió que los caminos vecinales se vean restaurados, permitiendo que los productos que se producen en la zona puedan acceder a mercados de poblaciones como Quevedo y Buena Fe en un menor tiempo, venta que ayuda de alguna manera a mejorar la escuálida economía del sector.

La llegada a la manga del cura se encuentra con uno de los atractivos naturales de acuerdo a la metodología usada por el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2004)

Tabla N° 1 Características del sector

CANTON	PARROQUIA	NOMBRE	TIPO	SUBTIPO
MANGA DEL CURA	MANGA DEL CURA	SALTO DEL RIO ARMADILLO	RIOS	CASCADA

Fuente: Inventario Turístico del Guayas 2011 Elaboración propia

El atractivo cuenta en la actualidad con un río de aproximadamente 40 metros de ancho y una caída o salto de aproximadamente 10 metros, sus laderas cubiertas de vegetación propia de la zona, a los costados de la cascada se han formado ramificaciones de plantas y enredaderas de especies herbáceas, las raíces de los árboles que se encuentran a las orillas adornan la caída

de agua dándole un entorno mucho mas espectacular, El clima es agradable, con temperatura media que bordea los 22º C. (Cedeño, 2009).

Gráfica N° 2 Cascada del Armadillo



Fuente: Estudio de campo Fotos propias 2016

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

La cascada se encuentra ubicada a una altura de 307 m.s.n.m. con una temperatura promedio anual de 25º C; y con una precipitación pluviométrica de 700 cm³

- a) Tamaño. La cascada el salto del armadillo está formada por un salto agua seguido en la parte alta es de aproximadamente 15 metros, mientras que el ancho de la cascada es de 30 metros aproximadamente.
- b) Calidad de agua. El agua es transparente, turbia en algunas ocasiones, con tenue coloración verdosa.
- c) Biodiversidad. En cuanto a la flora que se encuentra en el lugar se observa toquilla (*Carludovica palmata*), cade (*Phytelephas Aequatorialis*), caucho (*Ficus elástica*), mambla (*Erythrina poeppigiana*), guarumo (*Cecropia sp.*), sándalo (*Santalum*), caoba (*Swietenia macrophylla King*) heliconia (*Heliconia bihai*), cola de pez (*Caryota urens L*), camacho (*Abcasia macrorrhiz*), helechos (*Osmunda nnamonea*), bromelias (*Bromeliaceae*). Mientras que de fauna tenemos camarón de río (*Samastacus spinifrons*), sabaleta (*Astyanax sp.*), vieja (*Aequidens rivulatus*), guanta (*Cuniculus puca*), guatusa (*Dasyprocta punetata*), armadillo (*Dasyprocta novemeinctus*).
- d) Descripción del paisaje. El camino para llegar a la cascada es a través de dos rutas la primera desde los ángeles la 14 y la segunda por la vía que viene desde El Empalme. Al llegar al sitio se observan una caída de agua que desciende por una pared de roca, En la base de la cascada se forma una poza grande la cual es usada por las personas de la localidad a modo de balneario, así como aguas hacia abajo en la que las personas aprovechan los márgenes del río para usos como balneario, en esta poza se observan pequeños peces y en los alrededores presencia de vegetación arbustiva y arbórea. La temperatura del agua es de 18-20 º C
- e) Actividades varias. Ocasionalmente realizan visitas a la cascada y es usada a modo de balneario por personas de la localidad

De la observación realizada se puede constatar que por la parte superior de la cascada cruzan vehículos de transporte público así, como vehículos particulares que cruzan de un costado de la orilla a otra dejando a su paso residuos de aceite o combustibles que contaminan el agua de una o de otra forma, en la orillas superiores del río personas acceden a permanecer sumergidos en el agua, así como lavando ropa en alguno de los casos, se puede visualizar letreros puestos por los habitantes de la zona en la que “prohíben que laven vehículos al interior del río”, no así prohibiendo con el paso por medio del río.

Al entrevista a algunas de las personas que residen en la zona, y preguntarles desde cuando es el movimiento de turistas hacia la cascada manifiestan que antes si iban los vecinos de la zona en un número no mayor a cincuenta personas los fines de semana, y que a partir de que “llegaron los canales de televisión hacer reportajes de la cascada se ha incrementado la

gente”¹ a su vez indican llegan personas a conocer la cascada a bañarse y que los fines de semana son los días de mayor afluencia en que visitan entre cuatrocientas y quinientas personas, entre semana es poca la concurrencia llegan a cien más o menos, en el último feriado “días de descanso en Ecuador” si llegaban entre seiscientas y setecientas personas cada día, y la verdad nos han puesto a correr porque no alcanzaba la comida que preparábamos.

INFRAESTRUCTURA

El sector denominado la cascada del salto del armadillo cuenta con un área de 2800 mtrs² los cuales cuentan con una infraestructura básica, se han improvisado 6 comedores para atención de comidas en las cuales se expenden caldo de gallina criolla, fritada, seco de pollo, seco de choncho, pescado asado, arroz con menestra y carne o pollo asado.

En cuanto a servicios básicos poseen energía eléctrica, el agua proviene de pozos o vertientes que se encuentran en la zona, no disponen de alcantarillado y las aguas servidas se las deposita en pozos sépticos los cuales fueron construidos sin conocimiento técnico, el servicio de telefonía móvil es deficiente la señal, la red de internet es nula.

Al ser consultados algunos de los prestadores de servicios en especial de los comedores que se encuentran cercanos al atractivo se estima que en el sector existen cerca de ochenta plazas para proporcionar alimentación, al indagar sobre si han recibido algún tipo de capacitación referente a manejo y manipulación de alimentos, BPM, (buenas prácticas de manufactura) servicio al cliente indican que no, que recién están por conformar una asociación de vendedores de comida y que si les interesa que les ayuden con ese tipo de información.

Gráfica N° 2 Prestación de servicios



¹ Textual lo que manifiesta comunero

CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

En el área de estudio se aplicó los siguientes métodos, técnicas, instrumentos y fuentes

Tabla N° 2 Síntesis de las Técnicas e Instrumentos

Método	Técnica	Instrumento	Fuente
Investigación Documental	Síntesis	Ficha de Síntesis	Documentos técnicos. Estadísticas Sectoriales. Instrumentos de manejo
Investigación de Campo	Entrevista y encuestas	Guía de entrevista	Miembros de la Comunidad
	Observación directa	Ficha de observación	Visitantes y turistas al sector

Fuente: Trabajo de Campo Elaboración propia 2016

Con estos antecedentes se realizó un estudio de campo sustentado en la información suministrada con el fin de detectar el grado de satisfacción que tienen los visitantes a la zona, se toma una muestra aleatoria a ochenta turistas, los resultados son los siguientes:

1. Sobre el género de los encuestados se determina que el 43.75% (35) son del género masculino, y el 56.25% (45) pertenecen al género femenino, concluyendo que la muestra es homogénea.

3. La edad de los encuestados se determina entre los 14 y 65 años de acuerdo a la siguiente descripción 14 - 20 16; 21- 25 8; 26 – 30 6;

2. Consulta sobre el lugar de procedencia se destaca que el 22.5% (18) llegan de Manta Provincia de Manabí, el 20% (16) Guayaquil, el 15% (12) Quito, el 10% (8) son visitantes de la zona, 32.5% (26) Quevedo determinando que los visitantes al sector pertenecen a las provincias de Manabí y los Ríos por su cercanía al atractivo.

3. Se indaga sobre los gustos del atractivo y responden 76.25% (61) que si les agrada; 18.75% (15) indican que no les agrada; y no responden 5% (4) el atractivo les llama la atención por su cascada y entorno.

4. ¿Cómo se enteraron del atractivo? se obtiene los siguientes resultados 18.75% (15) llegan al sitio por referencias de amigos que ya visitaron el lugar; 42.5% (34) concurren al mirar un reportaje que pasaron por la TV; 16.25% (13) ya conocían el sitio anteriormente; 10% (8) por referencias de amigos y lo buscaron por internet; 12.5% (10) por los artículos publicados por la prensa.

5. ¿Consideran que los servicios con los que cuenta el sitio son los adecuados? El 80% (64) de los encuestados manifiestan que es escasa la infraestructura disponible para la cantidad de personas que concurren al sitio, el 7.5% (6) consideran que si es adecuada mientras que el 12.5 (10) no responden ante la consulta.

6. ¿Cómo calificaría la infraestructura del sitio? El 80% de los consultados consideran que es básica que se requiere mayor inversión de infraestructura en vista que no hay variedad de sitios donde concurrir a la hora de cubrir sus necesidades básicas de alimentación un 15% manifiestan que para ellos no es necesario en vista que ellos traen sus propios alimentos y lunch de sus hogares y los comparten en familia, en cambio el 5% restante no tienen opinión en vista que son del sector.

7. ¿Cree usted que los prestadores de servicio necesitan ser capacitados en servicio al cliente y manipulación de alimentos? El 85% de los entrevistados considera que es fundamental ya que los servicios que se están ofertando en la actualidad se lo hacen de manera casera, y se corre mucho peligro de alguna enfermedad, un 10% consideran que no sea necesario ya que con lo que se brinda están contentos, un 5% No opina al respecto.

8. ¿Considera que sería bueno regular el flujo de turistas que visita el atractivo? Si están de acuerdo que se regule el ingreso al sitio en vista que en algunos fines de semana y en los feriados el flujo de turistas es exagerado así lo consideran el 93.5% en cambio un 6.5% no responden.

9. ¿Considera que la señalética usada para llegar a la cascada es la más adecuada? El 70% de los encuestados indican que la señalética usada no es la más adecuada en vista que la que existe es mínima; y que la mayoría de los turistas que vienen a la cascada llegan preguntando porque hay información obsoleta. El 20% no responde a la solicitud realizada un 10% no se han fijado porque conocen como acceder al sitio.

Con los antecedentes expuestos se concluye que a las cascadas llegan un sinnúmero de visitantes de diferentes partes del Ecuador que llegan al sitio por curiosidad o simplemente para distraerse y compartir con sus amigos y familiares.

El sitio no cuenta con toda la infraestructura adecuada para la cantidad de visitantes que concurren al sitio. Los productos alimenticios no cuentan con las debidas condiciones de salud para expenderlos.

En el sitio no se cuenta con baterías sanitarias las que proveen son de las casas colindantes y usufrutuan con el servicio que prestan. Los parqueaderos son pocos y tienen que usar la cancha de uso múltiple para albergar a todos los vehículos que ingresan al sitio.

EVALUACION DEL ATRACTIVO CASCADA DEL ARMADILLO.

(ZIMMER& GRASSMANN, 1996) señala que la mejor manera de evaluar el atractivo para verificar su potencial turístico, de la misma manera manifiesta que el turismo no es la fórmula mágica para solucionar problemas, y determina que es un error considerar que el sector es la única alternativa posible para reactivar la economía de un sector de una zona a ser intervenida.

En ese documento se manifiesta que la evaluación permitirá sacar a la luz las oportunidades que puede tener el sector así como también el poder descartar y evitar muchos errores por la mala percepción del grupo interesado.

La metodología que proponen (ZIMMER& GRASSMANN, 1996) se considera que es la más adecuada en vista que el sitio materia de investigación reúne todos los requisitos para poder realizar una evaluación del potencial turístico así como proponer más adelante un plan de manejo del sector involucrando a la comunidad de acuerdo a lo que establece la Ley de Límites Territoriales (LIMITES, 2013).

ANÁLISIS DE LA SITUACION

En el sector la manga del cura la oferta turística es de lo más insipiente no existe desarrollo turístico ni planificación de ninguna naturaleza, los habitantes de la zona viven exclusivamente de la agricultura y de trabajos en la afueras de sus comunidades en ciudades mas grandes como Guayaquil, Quevedo, El Empalme.

Los emprendimientos no son muy grandes se los puede perfectamente calificar como emprendimientos, de la observación realizada se determina que existen 8 emprendimientos de los cuales son en base a sus propias iniciativas y a las expectativas del sector a lo que los calificaríamos como empíricos.

Los propietarios así como las personas que están dedicadas a la atención al cliente no tienen formación alguna en turismo, su nivel de estudios en el mayor de los casos alcanza el nivel básico lo que representa un problema para el caso de una certificación.

No existe capacidad de alojamiento en el sector por lo que las personas que deseen permanecer en el sector o la zona deben salir a la población más cercana Buena Fe a unos cuarenta minutos en auto.

En el atractivo existen cuatro sitios que se dedican a la oferta de alimentación uno de ellos el más grande que está en el acceso hasta la parte baja de la cascada el cual tiene una capacidad para 50 personas, su oferta de alimentos es muy limitada por lo que existe una demanda insatisfecha. Los otros emprendimientos son artesanales y no cuentan con toda la infraestructura básica de servicios, no disponen de baterías sanitarias así como el conocimiento de las BPM (Buenas prácticas de Manufactura).

Al atractivo concurren visitantes los que según los datos recolectados estiman un ingreso mensual global de Ocho mil dólares, en que se cuantifica el ingreso de un dólar a la parte del balneario en la parte baja de la cascada.

DIAGNÓSTICO

- Del resultado obtenido en las diferentes observaciones realizadas se destaca que el sitio materia de análisis despierta un interés particular por la calidad del entorno de la cascada.
- No existe una promoción o marketing de ninguna entidad gubernamental sobre el atractivo la poca información al respecto la podemos observar en sitios digitales.
- En el territorio no existe sitios de hospedaje el más cercano se encuentra a treinta minutos.
- La gastronomía local se basa en platos artesanales productos del poco emprendimiento del sector, los mismos que no cuentan con un adecuado manejo de alimentos lo que a futuro puede ocasionar un problema de salud a gran escala.
- La población circundante observa la llegada de visitantes y están de acuerdo que ingresen a su comunidad ya que esto les representa un ingreso económico y un mejoramiento en la calidad de vida.
- Los visitantes concuerdan que el sitio tienen un potencial y me merece ser visitado por propios y extraños.

Para poder evaluar el potencial que tiene el sitio es necesario aplicar una metodología que nos permita evaluar las características físicas, ambientales, recursos, e infraestructura y que a su vez con esos indicadores desarrollar un plan a futuro de un manejo adecuado del sector, para éste efecto es importante tomar como referencia la metodología utilizada (VARELA, 1986).

Tabla Nº Escalas para determinar el potencial del atractivo.

IPI	Código	Rango (1-55)	Rango (0,11 - 1,00)	Significado
Bajo (b)	IPI -b	(1-11)	0,01 - 0,20	Recursos que no cuentan con rasgos para ser interpretado
Medio bajo (mb)	IPI -mb	(12-22)	0,21 -0,40	Recursos que cuenta con rasgos insuficientes para ser interpretado
Medio Alto (mA)	IPI - mA	(23-33)	0,41- 0,60	Recursos que cuenta con rasgos aceptables para ser interpretado
Alto (A)	IPI -A	(34-44)	0,61- 0,80	Recursos que cuenta con rasgos adecuados para ser interpretado
Muy Alto (MA)	IPI -MA	(45-55)	0,81-1,00	Recursos que cuenta con rasgos excepcionales para ser interpretado

Fuente: (Varela, 1983) Elaboración propia.

DETERMINACION DE LA CAPACIDAD DE CARGA PARA USO PÚBLICO

Para poder determinar si el atractivo puede ser manejado adecuadamente lo sustentaremos en la metodología (MADRIZ, 1991) y (CIFUENTES, 1993)

- Se consideran tres niveles de capacidad de carga a)
- a) Capacidad de carga física (CCF)
 - b) Capacidad de carga real (CCR)
 - c) Capacidad de carga efectiva (CCE).

La capacidad de carga física (CCF) será mayor que la capacidad de carga real (CCR) y ésta podría ser mayor o igual a la (CCE).

$$CCF > CCR \quad \text{y} \quad CCR \geq CCE$$

Capacidad de carga física (CCF)

Es el límite máximo de visitas que se pueden hacer en el sitio, en un tiempo determinado se puede expresar con la siguiente fórmula.

$$CCF = V/a \times V \times t$$

Dónde: V/a = Visitantes /área ocupada
 S = superficie disponible para uso público
 t = tiempo necesario para realizar la visita.

Para el cálculo de la CCF es necesario que se respete los siguientes criterios:

1. Por lo general una persona requiere un espacio para poder circular y moverse estimado en 1,5 m²
2. El terreno deberá ser evaluado en relación a su condición física es decir que en algunos de los casos podrá tener la presencia de rocas, grietas, barrancos etc. Y por limitaciones propias de seguridad o fragilidad del terreno.
3. Es necesario de la misma manera determinar la calidad de la oferta de recursos y así como la vulnerabilidad de sus recursos.
4. De la misma manera se debe evaluar los factores físico-ambientales, sociales y de manejo que podría modificar la condición de su oferta en relación a la topografía limitando el acceso y facilitando la erosión del mismo.
5. Otro de los factores importantes es el horario de funcionamiento para su visita y del tiempo real.

Criterios básicos

- Es un área abierta (movimiento libre)
- Cada persona ocupa 1,5 m² de superficie
- No se requiere espacio entre grupos
- El tamaño del grupo es irrelevante
- Se requiere una hora para poder visitarlo
- Esta abierto 12 horas / día
- La superficie disponible es de 1.564 m²

Si la visita requiere una hora y el sitio es posible visitarlo porque permanece abierto 12 horas entonces en teoría una persona puede hacer 12 visitas al día.

$$\frac{12 \text{ horas / día}}{1 \text{ hora / visita}} = 12 \text{ visitas / día/ visitante}$$

Entonces la CCF será:

$$CCF = v/a \times S \times t$$

$$= 1 \text{ visitante / m}^2 \times 1.564 \text{ m}^2 \times 12 \text{ visitas/día/ visitante.}$$

$$CCF = 18.768 \text{ visitas /día}$$

Capacidad de carga real (CCR)

Es el límite máximo de visitas, determinado a partir de la CCF en un área, luego de hacer los respectivos análisis de las variables físicas, ambientales, ecológicas, sociales y de manejo.

La CCR se puede expresar con la siguiente formula $CCR = (CCF - FC_1) - \dots - FC_n$ donde el factor de corrección es expresado en porcentaje.

$$CCR = CCF \times \frac{100 - FC_1}{100} \times \frac{100 - FC_2}{100} \times \frac{100 - FC_n}{100}$$

Para poder calcular los factores de corrección y expresarlos en forma de porcentaje tenemos:

$$FC = \frac{MI}{Mt} \times 100$$

donde: FC = factor de corrección
MI = magnitud limitante de la variable
Mt = magnitud total de la variable.

Brillo solar en la cascada del armadillo

El área evaluada dispone de 12 horas de brillo solar desde las 06:00 - 18:00; desde las 10:00 a 15:00 (5 horas) la intensidad de la luz es demasiado fuerte haciendo que las visitas sean más difíciles al sitio, durante los meses de enero hasta abril, las lluvias son en horas de la tarde en algunos casos y en otros en la mañana o noche, lo cual es un limitante.

9 meses sin lluvia = 270 días / año
3 meses con lluvia = 90 días / año

$$MI1 = 270 \text{ días / año} * 5 \text{ horas – sol / día} = 1350 \text{ horas – sol}$$

$$MI2 = 90 \text{ días / año} * 2 \text{ horas – sol / día} = 180 \text{ horas – sol}$$

MI = 1530

Las horas de sol disponible (Mt)

$$Mt1 = 270 \text{ días época seca / año} * 12 \text{ horas – sol / día} = 3240 \text{ horas – sol / año}$$

$$Mt2 = 90 \text{ días época lluviosa / año} * 6 \text{ Horas – sol / día} = 540 \text{ horas – sol / año}$$

horas – sol * año
Mt = 3780

$$FCs = \frac{MI}{Mt} \times 100 = \frac{1530 \text{ horas – sol / año}}{3780 \text{ horas – sol / año}} \times 100$$

FCs = 41% limitante

Precipitación

Se considera que las lluvias son muy fuertes en la zona durante 90 días y que las lluvias hacen su presencia en diferentes horas sean en la mañana, tarde, lo que impide una visita al atractivo en forma normal.

$$MI = 90 \text{ días – lluvia / año} * 6 \text{ horas – lluvia / año} = 540 \text{ horas – lluvia / año}$$

$$FCp = \frac{540 \text{ horas – lluvia / año} * 100}{4320 \text{ horas – lluvia / año}} \quad FCP = 12,5\% \text{ limitante}$$

Erodabilidad

Trata sobre la forma de describir la susceptibilidad del terreno o el riesgo a erosionarse que puede tener el sitio para poder realizar ésta evaluación se consideran tres indicadores.

- a. Menos de 10%
- b. Entre el 10% y 20%
- c. Mayor de 20%.

De la misma manera se identifican tres tipos de suelos que predominan en el sector. a.

- a. Arena de río
- b. Limo
- c. Arcilla.

Condiciones del terreno bajo los parámetros anotados se determina que los niveles de erosión son calificados como bajo, medio y alto, con esta metodología se establece que suelos con pendientes menores al 10% con cualquier tipo de suelo su nivel de erosión es bajo, suelos de grava o arena y los de arcilla con pendientes entre el 10 y el 20% presentan un riesgo mediano y; suelos con limo con pendientes superiores al 20% su riesgo está considerado como alto.

Tabla N° 3 Niveles de Erodabilidad

Suelos	Pendiente		
	< 10%	10 % - 20 %	> 20%
Arena	bajo	medio	alto
Limo	bajo	alto	alto
Arcilla	bajo	medio	alto

Fuente:

Sendero de 865,6 metros de longitud, 25,5 metros son de mediano riesgo de erosión y un total de 15 metros del sendero es de alto riesgo.

$$MI = (25,5)2 + (15) 3 = 96$$

$$Mt = 865,5 \text{ m}$$

$$FCe = \frac{96 \text{ m}}{865,5} \times 100 = 11,09\%$$

Accesibilidad

Este indicador mide el grado de dificultad que tienen los visitantes para poder circular libremente en el sendero hacia el espejo de la cascada del armadillo presenta un grado de dificultad para acceder al espejo y zona de balneario suman un total de 50 metros.

$$FCa = \frac{50 \text{ m}}{865,5} \times 100 = 5,76\%$$

Cierre temporal del sitio

Mide las razones por las cuales el sitio cierra por mantenimiento de la zona y por manejo de limpieza del atractivo, así como fumigación y control de plagas etc. Para el caso de la cascada se consideró que se cierran 4 semanas al año.

$$FCt = \frac{4 \text{ semanas / año}}{52 \text{ semanas / año}} \times 100 = 8\%$$

En resumen se tiene los siguientes resultados:

• Brillo solar	= FCs	= 41 %
• Precipitación	= FCp	= 12,5 %
• Erodabilidad	= FCe	= 11,09 %
• Accesibilidad	= FCa	= 5,76 %
• Cierres temporales	= FCt	= 8 %

CONCLUSIONES.

- La cascada del armadillo es un excelente atractivo turístico natural, merece la pena hacer un plan de desarrollo que le permita ser un sitio de destino, al momento cuenta con visitas regulares por parte de sus inmediatos vecinos.
- El atractivo no cuenta con una adecuada infraestructura de servicios en restauración así como hospedaría lo que representa una dificultad al momento de requerir éste tipo de servicios.
- La escasa o ninguna promoción del atractivo por parte del GAD de Manabí hace que el sitio no cuente con infraestructura básica, y la promoción es realizada por fotografías del sector difundida por redes sociales de sus visitantes y por el boca – boca.
- La comunidad de la manga del cura tiene una enorme voluntad para la recepción y atención a los visitantes lo cual representa una enorme oportunidad para el sector.
- Es necesario trabajar en forma prioritaria con el talento humano de la zona, en relación a capacitación en atención al cliente, manejo y manipulación de alimentos, BPM, contabilidad básica para que puedan acceder a micro emprendimientos y obtener rentabilidad que les permita el mejoramiento de su calidad de vida.
- De los datos obtenidos se desprende que al 76,5% de los visitantes les agrada y les gusta el atractivo por la caída de agua, así como poder disfrutar del balneario en el espejo de agua.
- El atractivo cuenta con una vía de acceso en óptimas condiciones lo que permite que el mismo pueda ser aprovechado por la comunidad para el desarrollo turístico de la zona.
- La cascada cuenta con un caudal de agua permanente durante todo el año incrementándose durante los meses de invierno en que el caudal se incrementa en un 60%, los indicadores de brillo solar se encuentra en un 41%, la precipitación en los meses de mayor lluvia se encuentra en 12,5%; la Erodabilidad o erosión del terreno se encuentra en el 11,9%; la accesibilidad a la cascada 5,76% y los pocos cierres por mantenimiento un 8%
- Con estos datos se demuestra la cascada del armadillo es una oportunidad para el turismo comunitario, dada la incomparable belleza del sitio.

BIBLIOGRAFIA

CEDEÑO, V. &. (2009). *Clima del Ecuador*. guayaquil: Los Brujos.

CIFUENTES, M. (1993). CAPACIDAD DE CARGA EN AREAS PROTEGIDAS. *CATIE*.

INFORMATEYPUNTO. (11 de AGOSTO de 2015). *informatey punto*. Recuperado el 05 de NOVIEMBRE de 2015, de Informatemy punto.com:
<http://www.informateypunto.com/index.php/ecuador/8405-por-que-se-llama-la-manga-del-cura>

LIMITES, L. D. (21 de 09 de 2013). *Ley de limites Internos*. Recuperado el 09 de 11 de 2015, de LEY DE LIMITES INTERNOS: www.asambleanacional.gob.ec

MADRIZ, C. J. (1991). CAPACIDAD DE CARGA. *DETERMINACION DE CAPACIDAD DE CARGA EN AREAS PROTEGIDAS*.

MINTUR. (24 de 08 de 2004). *REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS*.
Recuperado el 09 de 11 de 2015, de MINTUR: www.mintur.gob.ec

UNIVERSO, E. (07 de septiembre de 2015). Historia de La Manga del Cura se cuenta desde dos posturas. *Historia de La Manga del Cura se cuenta desde dos posturas*.

Varela, M. &. (1983). Indice del potencial Interpretativo. *Valoración del Indice Interpretativo*.

VARELA, M. &. (1986). INDICE DE POTENCIAL INTERPRETATIVO . *IPI*.

ZIMMER& GRASSMANN. (13 de ENERO de 1996). *EVALUAR EL POTENCIAL TURÍSTICO DE UN TERRITORIO*. Recuperado el 04 de 05 de 2016

005. COOPERACIÓN Y TURISMO RURAL SUSTENTABLE.

Autores:

MDM. Ivette Pérez Hernández¹ ,
Dr. Damián Emilio Gibaja Romero²

Resumen

En la actualidad el Turismo Rural Sustentable representa un área de oportunidad para zonas con escasa infraestructura, pero con un alto potencial en actividades culturales y ambientales. Además, de acuerdo con investigaciones relacionadas con el método Delphi, el conocimiento pleno de dichas zonas es de vital importancia pues la cooperación entre la población, el gobierno y la iniciativa privada es necesaria para el desarrollo de las zonas rurales. El presente trabajo es una revisión de literatura sobre los incentivos que tienen los agentes para cooperar (o no) en el establecimiento de políticas de turismo rural sustentable por medio de la teoría de juegos.

Palabras Clave: Sustentabilidad, Turismo Rural, Cooperación,

1. Introducción

El turismo es una actividad económica muy dinámica pues representa el 9% del Producto Interno Bruto Mundial (PIB), de acuerdo con el reporte 2015 de la Organización Mundial del Turismo (OMT), y contribuye al 6% del flujo de dólares en los mercados financieros internacionales. Además, las actividades turísticas contribuyen con 1 de cada 11 empleos (Ramírez et al, 2010).

El último barómetro emitido por la OMT muestra la tendencia anual que ha mantenido el sector turístico en su crecimiento. Particularmente, la llegada de turistas internacionales se incrementó en un 4.4% en el año 2015, en comparación con el año 2014. Es decir, el número de turistas internacionales en 2015 alcanzó los 50 millones de personas (UNWTO, 2015).

De manera general, se observa que el turismo es un elemento clave para el crecimiento económico de los países (Saarinen y Leano, 2014). De acuerdo con Cárdenas (2012), la apuesta por el turismo, como instrumento de desarrollo, se ha generalizado en todo el mundo gracias al impulso otorgado por organismos internacionales.

Es importante resaltar que el desarrollo del turismo requiere establecer un balance entre el costo social, ambiental y el beneficio económico (Baños, 2012). En otras palabras, las estrategias y políticas que impulsan el desarrollo del turismo deben integrar en su conceptualización los tres pilares de la sustentabilidad, tal y como lo señala el informe de Brutland. Dicho informe plantea la posibilidad de obtener un

¹Profesor Investigador, Programa Desarrollo e Innovación Empresarial, Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz, México; ivette.perez@utcv.edu.mx

² Profesor Investigador, Doctorado en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México; damiannemilio.gibaja@upaep.mx

crecimiento económico basado en políticas de sustentabilidad; es decir, políticas enfocadas en la expansión de la base de los recursos ambientales (ONU, 1987). Otros autores mencionan que la sustentabilidad debe buscar la forma de satisfacer las necesidades de la generación presente sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Dickinson, et al, 2015).

Por lo anterior, la importancia del turismo rural sustentable radica en que permite definir estrategias económicas orientadas a incentivar el desarrollo sustentable de una región con escasa infraestructura. Particularmente, dicho desarrollo se busca a partir de un potencial turístico poco aprovechado, principalmente enfocado en actividades culturales y ambientales (Saarines y Leano, 2014; Flores-Ruiz y Barroso, 2011; Dibra, 2015). Sin embargo, éstas regiones se caracterizan por poseer poca información relacionada con sus capacidades para desarrollar actividades turísticas o para el establecimiento de destinos turísticos (Van Niekerk, 2014).

El método Delphi es una técnica que ha sido largamente usada para recabar información de los diferentes actores que representan a diversos grupos de agentes interesados en el desarrollo turístico de su comunidad y/o región. También, éste método se utiliza para recopilar el conocimiento generado por los profesionales, el cual sirve como insumo de entrada para los modelos económicos y estadísticos. Así, el método Delphi permite la definición de un sistema de análisis a partir de la comprensión e interpretación de los fenómenos, dando protagonismo a la experiencia y opinión de los participantes. Las características del método Delphi son las siguientes: 1) Proceso iterativo, 2) Anonimato, 3) Retroalimentación y 4) Respuestas estadísticas del grupo. (Bolger y Wright, 2011; Landeta, 2006; Álvarez, Garayar y Calvo, 2015; Landeta, Barruitia, y Lertxundi, 2011; Beas, 2009; García y Suárez, 2013; Astiagarraga, 2010; Blasco, López, y Mengual, 2010).

Por consiguiente, en la frontera de la investigación sobre turismo rural sustentable, el método Delphi se utiliza para alcanzar un conocimiento integral de las regiones rurales. Los estudios que utilizan éste método hacen hincapié en determinar la infraestructura de servicios, y describir la forma en que las zonas rurales pueden aprovechar de manera sustentable su potencial turístico (Beas, 2009). Específicamente, los trabajos que analizan el turismo rural sustentable, a través del método Delphi, concuerdan en que una definición exitosa de estrategias de turismo sustentable requiere de la cooperación entre gobierno, sociedad e iniciativa privada (Alvarez, Garayar, & Calvo, 2015).

En el presente artículo mostraremos la relación que existe entre el turismo rural sustentable y la cooperación entre gobierno, sociedad e iniciativa privada. De manera particular, nos enfocaremos en ilustrar cómo la teoría de juegos es una herramienta que permite entender la forma en que los agentes involucrados en el desarrollo de turismo rural sustentable interactúan. Por medio de una revisión de literatura, se muestra como la teoría de juegos proporciona la metodología necesaria para entender los incentivos que tienen la sociedad, el gobierno y la iniciativa privada para cooperar (o no hacerlo) en la construcción de estrategias de turismo rural sustentable.

El artículo se encuentra estructurado de la siguiente forma. En la sección 2 se introducen los conceptos de turismo sustentable y turismo rural sustentable. En la sección 3 se explica como la teoría de juegos contribuye al desarrollo de estrategias

turísticas de forma determinística o estocástica. En la sección 4 se discute como la teoría de Juegos influye en la definición de estrategias de turismo y en la sección 5 se presentan las conclusiones.

2. El Turismo y la sustentabilidad

Actualmente, la filosofía de la sustentabilidad se encuentra integrada en la definición de estrategias para el desarrollo turístico. Dicha filosofía permite tanto la participación de gobiernos, como la participación de los residentes locales en la planeación del desarrollo turístico sustentable de su localidad (Hatipoglu, Alvarez, y Ertuna, 2016).

Falcón y Betancourt (2010) consideran que el Turismo es un sector que fehacientemente ha demostrado ser un multiplicador de ingresos para las localidades, es por ello que está llamado a incrementar su contribución al desarrollo local sustentable. Por lo anterior, las políticas públicas que incentiven las actividades turísticas requieren plantear estrategias y objetivos que involucren aspectos sociales, competitivos y económicos de manera simultánea.

2.1 Conceptos Básicos de Turismo Rural Sustentable

El concepto de *Turismo Sustentable* ha evolucionado con los años de la misma forma como lo ha hecho el concepto de *Desarrollo Sustentable*. Franzoni (2015) define turismo sustentable como "la habilidad de un destino para crear e integrar productos de valor agregado que puedan ayudar a mantener la posición en el mercado compartido y/o mejorarlo en el largo plazo". También, se menciona que la generación de turismo sustentable requiere de la participación activa de las organizaciones involucradas (empresas turísticas, agencias de viajes, las touroperadoras,³ las autoridades públicas locales, cooperativas de turismo, asociaciones culturales). Por su parte, Salcedo y San Martín (2012) definen al turismo sustentable como la actividad económica productiva que busca contribuir con la continuidad del sistema global y garantizar el bienestar de la región en donde se desarrolla.

En ese sentido, Torres-Delgado y López (2014) consideran que a partir de la definición de los objetivos se puede evaluar el desarrollo sustentable de un destino turístico definiendo los productos y servicios de manera cuantitativa y cualitativa para garantizar la relación de los aspectos sociales, económicos y competitivos, ligados al desarrollo autónomo de las organizaciones y la comunidad local. También, McLean, Becken y Watt (2016) destacan la importancia de incorporar la obtención de certificaciones sustentables a los procesos turísticos de manera que contribuyan con una mejor evaluación a dichos procesos y que actúen como herramientas de transformación cuando se tiene un evidente impacto a largo plazo.

Por otra parte, Salido et al (2010) resaltan la importancia de los espacios sub-nacionales como base de acción. Considerando que la concepción del turismo

³ Son las empresas que negocian con los prestadores de servicios, se les consideran fabricantes- distribuidor, además, generalmente diseñan sus propios productos: paquetes turísticos formados por una combinación de transporte, alojamiento y servicios complementarios.

sustentable es totalmente afín y congruente con la noción de Desarrollo Regional Sustentable, la cual busca lograr un equilibrio entre el aprovechamiento de los recursos naturales (sustentabilidad ambiental), el crecimiento económico (sustentabilidad económica) y equidad social (sustentabilidad social). Es decir, el patrimonio sumado al ambiente natural que hace única la región y constituye una parte significativa de su imagen.

Saarines y Leano (2014) ven al turismo como una herramienta para el desarrollo de las comunidades agrícolas. Para ello, proponen el enfoque Turismo Rural Integrado (IRT), un marco importante para la implementación de elementos que reconocen la necesidad de sustentabilidad, así como de la complejidad de las áreas naturales, las comunidades y sus necesidades en las presiones de la globalización. Así, Flores-Ruiz y Barroso (2011) resaltan que a través del turismo rural integral el fomento de la economía social puede convertirse en una estrategia adecuada a la hora de impulsar y dinamizar los procesos de desarrollo rural, así como el desarrollo turístico de las comarcas rurales. Lo anterior permite generar empleo para la población local, en lo general, y también para el colectivo de mujeres, en lo particular.

2.2 Casos de éxito en Turismo Rural Sustentable

El turismo sustentable presenta problemáticas específicas al momento de brindar un servicio. Puesto que su credibilidad es puesta a prueba cada que se brinda el servicio, las estrategias de turismo sustentable deben ser cuidadosamente observadas para crear experiencias memorables en los visitantes, sobre todo aquellas relacionadas con la hospitalidad, la calidad, el sabor de la comida y la higiene. (Tanja et al, 2012).

Por lo anterior, algunos países han desarrollado el turismo a partir de las herramientas existentes. Tal es el caso del Programa “Ciudades Históricas” en Portugal, en donde se propone que se maximicen los beneficios del turismo, iniciando con una mercadotecnia efectiva, la promoción del emprendedurismo y la capacitación del emprendedor en las estrategias turísticas y mercadológicas, para lo cual las tecnologías de información y comunicación son indispensables. La idea principal es crear centros turísticos y culturales que puedan aumentar el desarrollo local en regiones con escaso desarrollo. En dicho programa participan 12 ciudades ubicadas en la región central de Portugal, cerca de España (Silva, 2012). También, la existencia del Eixo Atlántico, primera organización de cooperación transfronteriza entre España y Portugal, permite la interrelación de los agentes económicos y sociales de las dos regiones con la implicación local y espacial para el desarrollo turístico. Dicho programa, plantea la actividad turística como una actividad con capacidad de incidir positivamente sobre el equilibrio social y económico del territorio, esto a partir de un modelo de competitividad territorial y el análisis de redes de colaboración (Padelas de Blas y Padín, 2012).

En Rumania, en la región de Maramura, el éxito del turismo rural se debe al diseño de estrategias basadas en la innovación y mercadotecnia; lo que ha llevado al desarrollo de la región por medio del diseño de productos turísticos especializados en valores de tradición religiosa, mismos que se han logrado mantener a lo largo del tiempo (Cosma et al, 2014).

En el caso específico de Nueva Zelanda, existe un proyecto llamado Rancho Gibbs, un lugar en el que se genera la interacción sustentable entre el arte y el turismo

rural proporcionando una experiencia turística sin igual, de esta interacción se crea el ambiente perfecto para promover una experiencia enfocada hacia la apreciación del trabajo artístico enmarcado por los paisajes naturales (Garret, 2012).

Francia es líder en cuanto al desarrollo del turismo rural en el mundo. Ha generado estrategias turísticas a partir de asociaciones como Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire quien se encarga de la promoción de viajes justos y solidarios por todo el mundo; y la Association Touristique de l'Abbaye Romane que promueve el desarrollo de turismo sostenible. Ambas organizaciones regulan los criterios de gestión medioambiental y fomento de la participación de las poblaciones locales en proyectos turísticos, tal es el caso de las rutas gastronómicas asociadas a alimentos, así como la ruta de los Castillos de Loira asociadas a los paisajes medievales (ECODES, 2009; Sosa y Salido, 2013),

El turismo rural en América latina y países europeos es visto como una herramienta adecuada para revitalizar las debilitadas áreas rurales, y asegurar su futuro sostenible a través de la creación de empleos. Para ello, se brinda apoyo a granjas, y se busca ampliar la provisión cultural, conservación del paisaje, así como el mantenimiento de las artes y artesanías rurales como atractivos turísticos (Sosa y Salido, 2013). Destacan Colombia con la ruta del Café, así como Argentina, quien se ha consolidado en el desarrollo y la explotación de rutas alimentarias (Sosa y Salido, 2013).

En México, se tienen experiencias de turismo rural con la ruta del vino en el valle de Guadalupe, en el estado de Baja California. Ahí se ofrecen servicios relacionados con la producción de vino, que van desde las pequeñas vitivinícolas familiares hasta los productores de vino a gran escala. También se encuentra la ruta de la Sal en Zapotitlán Salinas, Puebla; en ella se resalta el valor histórico y cultural de la sal prehispánica que ahí se produce, recuperando valor y reconocimiento de este producto alimentario. (Sosa y Salido, 2013). Además, México cuenta con los Centros Integralmente Planeados (CIP), ubicados en Cancún y el Corredor Puerto Vallarta – Puerto Blas. Los cuales tienen como objetivo el desarrollo turístico de la región a partir del fomento para la creación de obras de infraestructura y actividades turísticas; mismas que buscan beneficiar a la colectividad a través del mejoramiento de los centros de poblaciones y sus fuentes propias de vida con la instalación de empresas hoteleras acordes con sus ventajas naturales (Merchand, 2011).

2.3 Herramientas para un Turismo Rural Sustentable

En el planteamiento del desarrollo turístico se deben insertar criterios de sustentabilidad para la preservación de los recursos presentes, a esto Gascón (2013) argumenta que existe una necesidad para definir los mecanismos e instrumentos para la gestión turística, que corresponde a la inserción de la actividad turística en el sistema productivo.

Como ejemplos de estas herramientas, en México se tienen dos CIP; el primero de ellos, es Cancún el cual fue creado a través de un proceso de seis etapas: I) Caídas precipitadas: aspectos sociales, tecnológicos y regulatorios; II) Desinstitucionalización: actores emergentes, coaliciones y emprendedores institucionales; III) Pre institucionalización: innovación y técnica.; IV) Teorización: especificaciones generales, justificación de la soluciones, legitimidad moral; V) Difusión: aumento de la objetivación, legitimidad pragmática; y VI)

Reinstitucionalización legitimación cognitiva. Dado lo anterior les permitió a los actores principales centrarse en los mega proyectos que resultaron (Ambrosie, 2015). El segundo, es el trabajo realizado para crear el desarrollo del CIP del corredor turístico puerto Vallarta- Bahía de Banderas - Compostela - San Blas, que está concebido para fomentar diversos segmentos turísticos; el cual estará dotado con los mejores servicios y vías de comunicación de tal modo que se prevé que se consolide como un destino moderno y altamente competitivo. (Merchand, 2011).

En Rusia, el turismo sustentable se ha basado en el diseño de clústeres económicos. El objetivo del gobierno ruso es proporcionar las condiciones principales para la convergencia geográfica, así como la existencia de un sector especializado en la región, bajo la consideración de los límites territoriales y sectoriales, además de la interconexión entre empresas e instituciones (Glinskiy et al, 2016).

En este orden de ideas, en Cuba se diseñó la Guía Metodológica para la inserción del turismo en el proceso de desarrollo local desde un enfoque de oportunidad (Gascón, 2013). Por otra parte Sudáfrica utiliza la metodología de Planeación Integral Turística, la cual tiene como objetivo principal asegurar el éxito y crecimiento de la industria a través de un proceso integrativo y sistemático orientado a objetivos (Van Niekerk, 2014). Dicho proceso en el cual se considera de manera importante la participación de la sociedad, el gobierno e iniciativa privada (Van Niekerk, 2014; Dajati, 2014; Franzoni, 2015; Valencia-Sandoval, Flanders, y Kozak, 2010; Prabahakaran, Nair y Ramachanfran, 2014); está formado por seis pasos.

1. Realizar un análisis situacional del área local;
2. Desarrollar estrategias, programas y proyectos enfocados a identificar los problemas y solucionarlos;
3. Describir de manera detallada cada uno de los proyectos identificados y como serán implementados, de acuerdo al paso 2;
4. Integrar todos los planes de sector turismo y otros sectores relacionados con la planeación integral turística después de la participación de la comunidad;
5. Enviar el plan Integral Turístico a las autoridades locales para su consideración, aprobación y adopción;
6. Implementar y monitorear los proyectos identificados.

3. La Cooperación en el Desarrollo Turístico.

En los estudios anteriores resalta la importancia de involucrar comunidades, gobierno e iniciativa privada en el desarrollo de turismo rural sustentable. Además, es importante resaltar la importancia que tienen las comunidades locales en el desarrollo de turismo rural sustentable. De lo anterior, Sook et al (2014) proporcionan evidencia empírica en su estudio realizado en la región de Sarawak en Malasia. En dicho artículo, los autores demuestran que las actitudes de la comunidad local, y la percepción de ésta hacia el desarrollo turístico son los indicadores más importantes para el desarrollo del turismo rural sustentable. Es decir, la percepción de la comunidad local es el factor más importante para satisfacción y éxito de la industria.

Dajati (2014) registra que, en el proceso de definición de estrategias turísticas sustentables para la región Suruvay de Indonesia, la cooperación de la comunidad y del sector privado fue de suma importancia debido a su participación en consultas

orientadas en proveer estrategias claras, para mejorar la calidad del ambiente y promover mejoras en el desarrollo económico.

En ese sentido, Turquía ha implementado como parte de las estrategias para promover el desarrollo turístico sustentable la participación de la comunidad local como parte esencial; esto con la idea principal de propiciar la mejora de las condiciones socio-culturales y económicas específicas de la Región de Thrace. (Hatipoglu, Alvarez, y Ertuna, 2016). De manera similar, en Hong Kong se implementa un proceso de planeación estratégica a partir de un sistema de tres niveles: territorial, Sub-regional y distrital, que sirve como base para el desarrollo de una estrategia territorial donde se promueve un marco general; así como el diseño de estrategias de desarrollo sub-regional con objetivos específicos para las ciudades que conforman las 5 sub-regiones. En otras palabras, el sistema de Hong Kong busca la cooperación de los agentes involucrados a través de su colaboración en etapas regionales (Penny y Bramwell, 2015).

En este sentido, un ejemplo de cooperación turística se da la region Langkawi en Malasia, en donde a partir de la colaboración tripartita entre el Gobierno Estatal, las Autoridades Locales y la Comunidad Local se fomentó la creación de estrategias de regeneración sustentable. Entre los resultados de ésta interacción destacan la correlación entre la influencia de turismo y el desarrollo socioeconómico; la reafirmación de la pesca artesanal como actividad turística principal y la motivación para la generación de negocios dedicados al servicio (Hashim et al,2015). Otro ejemplo es la ciudad de Roman en Rumania, en donde se aplica una estrategia local enfocada en la creación de un ambiente regional de innovación basado en la cooperación de autoridades y sociedad, que les permite desarrollar turismo a través de la rehabilitación y modernización de la herencia cultural (Bodosca y Diaconescu, 2015).

3.1 Juegos, Cooperación y Turismo

La cooperación, es un concepto básico para implementar y definir estrategias que impulsen el desarrollo rural sustentable. Además, es claro que el involucramiento entre gobierno, sociedad, e iniciativa privada es de suma importancia para impulsar el desarrollo económico de una región mediante estrategias turísticas. Por consiguiente, la cooperación se convierte en una estrategia a elegir por el gobierno, la sociedad y la iniciativa privada al momento de querer alcanzar un objetivo común. Sin embargo, existen situaciones que pueden desincentivar la cooperación de los agentes a través del tiempo. Por ello, la Teoría de Juegos es una herramienta que permite estudiar la forma en la que los agentes toman decisiones, y cuáles son los incentivos para que la cooperación emerja (Lamberti, 2011).

3.2 Teoría de Juegos

La teoría de juegos es una rama de las matemáticas aplicadas que tiene su origen formal con la publicación del libro "Theory of Games and Economic Behavior" por John von Neumann y Morgenstern (1944). A partir de este punto, la teoría de juegos se ha diseminado como una potente herramienta para analizar como diferentes tipos de agentes (personas, empresas, gobiernos) toman decisiones en situaciones donde existe un conflicto entre agentes (Gibbons, 1997)

A pesar de las diferentes definiciones que *existen* sobre un juego, Sus elementos básicos son claros: agentes, nodos de decisión, acciones a realizar en cada nodo de

decisión, y los pagos asociados a las acciones realizadas. Además, la estrategia es otro concepto básico dentro de la teoría de juegos que se diferencia de las acciones por lo que es importante establecer una definición formal de estrategia. Así, éstas son un plan detallado de las acciones a realizarse a cada momento de decisión (Mas Colell et al, 1997).

Al ser la teoría de Juegos la disciplina que estudia las decisiones que los agentes toman en situaciones de conflicto, la cooperación es un concepto básico en el estudio de los juegos. Su importancia queda reflejada en la forma como se clasifican los juegos: no cooperativos y cooperativos (Gibbons, 1997).

Los juegos no cooperativos son aquellos en donde los jugadores enfrentan un conflicto; a partir de ahí, el supuesto de racionalidad nos permite asegurar que las acciones que los agentes toman van orientadas a alcanzar un beneficio máximo. Un ejemplo clásico es el Dilema del Prisionero, en donde dos prisioneros son cuestionados de manera simultánea para determinar quién es el culpable de un delito. En el juego mencionado se pone a prueba la cooperación entre los individuos por medio de diferentes condenas: si ambos no cooperan son condenados a 6 años de prisión, si alguien no coopera, la otra persona es condenada a 10 años de prisión y el otro sale libre, y si ambos cooperan, los dos son condenados a un año de prisión (Mas Colell, et all, 1997). Los pagos que los prisioneros reciben se muestran en la siguiente tabla

	Cooperar	No cooperar
Cooperar	-1, -1	-10,0
No cooperar	0, -10	-6,-6

Tabla 1 Elaboración Propia

A través del Equilibrio de Nash, la estrategia que le proporciona a cada agente el pago más alto cuando los otros han declarado la estrategia que les proporciona el pago más alto, se puede determinar que el egoísmo impulsa a que los prisioneros no cooperen (Nash, 1950). En otras palabras, no cooperar es la mejor acción que cada prisionero debe elegir debido a que les reporta los pagos más altos, sin importar que es lo que haga el otro prisionero.

Por otra parte, en los juegos cooperativos se asume que los agentes están dispuestos a ayudarse unos con otros, por lo que el concepto de solución está asociado a la repartición de los costos asociados a un fenómeno determinado (Shapley, 1953). Determinar cuándo un juego es de tipo cooperativo depende del problema que se esté estudiando y del entorno socioeconómico inmediato (Amer, Carreras y Magaña, 2008).

3.3 Teoría de Juegos y Turismo Sustentable

Es importante mencionar que el turismo sustentable es un proceso que puede ser abordado desde diferentes perspectivas dentro de la teoría de juegos. Puesto que los agentes eligen su estrategia dependiendo del contexto, ellos pueden enfrentarse a una situación estática (decisión en un sólo momento), dinámica (establecer estrategias en diferentes periodos de decisión) o con incertidumbre (existe información desconocida para los agentes involucrados) (Peters, 2015).

Notemos que impulsar el desarrollo de un turismo rural sustentable se convierte en un juego, donde los tres agentes mencionados (gobierno, sociedad e iniciativa privada) entran en pugna. Por ello, la teoría de juegos nos ayuda a entender los

incentivos que tienen los agentes para cooperar o no en el establecimiento de estrategias sustentables de turismo rural (Mendelson, 2016).

De manera particular se sabe que la iniciativa privada juega un papel importante en la definición de estrategias para lograr un turismo rural sustentable. Por ello, el desarrollo del turismo rural se puede estudiar desde la perspectiva de la Organización Industrial. Por ejemplo, Huang et al (2010) estudian la calidad de servicios turísticos por medio de un modelo Cournot. Dicho modelo les permite identificar los efectos que la competencia entre empresas, que ofrecen diferentes productos, tiene sobre la calidad. En su principal resultado muestran que las empresas prefieren diferenciarse cuando la competencia con empresas similares es muy fuerte. Sin embargo, este tipo de modelos se limitan a conocer el impacto que tiene la estructura del mercado sobre las ganancias de empresas en específico, dejando de lado el papel de la sociedad.

Considerando una dinámica continua, Accinelli et al (2008) estudian el comportamiento de turistas y locales cuando no existe un planeador social. El modelo que los autores proponen se basa en un juego evolutivo donde los agentes toman decisiones por medio de la dinámica del replicador. De forma natural demuestran la existencia de dos equilibrios estables, uno en donde el ambiente se ve afectado por la actividad turística, y otro donde las conductas ambientalistas llevan al desarrollo de un turismo sustentable. Sin embargo, no establecen la forma en que el equilibrio ambientalista puede ser alcanzado.

Otros modelos de teoría de juegos estudian la problemática del turismo sustentable desde una perspectiva más amplia. Por ejemplo, Accinelli, Brida y Carrera (2008) proporcionan un modelo de tres etapas donde se muestra la interacción entre gobierno, turistas y sociedad para la explotación de recursos naturales. Así, en la explotación de los recursos muestran que el bienestar social se alcanza cuando sociedad y gobierno cooperan en la creación e implementación de una política pública contra el abuso de los recursos naturales.

El “Problema de los Comunes” es una versión del Dilema del Prisionero enfocada en ilustrar como la falta de conciencia entre las personas que explotan un recurso puede llevar al agotamiento del mismo. Junto con una dinámica evolutiva, el problema de los comunes permite analizar como los recursos se van transformando a medida que dos poblaciones distintas deciden interactuar mediante la oferta de servicios de turismo. En el contexto evolutivo, Accinelli, Sánchez y Gil (2012) demuestran que la cooperación es difícil de alcanzar cuando no existe un ente regulador. En otras palabras, comunidad e iniciativa privada caen en la sobreexplotación de los recursos turísticos cuando no existe la intervención del gobierno.

La teoría de juegos no sólo permite un análisis dinámico, también permite estudiar la definición de estrategias turísticas desde una perspectiva regional. Bajo estos supuestos, los modelos analizan la interpretación entre diferentes destinos turísticos. Así, diferentes regiones se convierten en competidores que buscan atraer a la mayor cantidad de turistas posibles. Sin embargo, esto no es cierto cuando existen planeadores sociales que deciden competir de forma moderada. Por consiguiente, los destinos turísticos pueden elegir ser complemento de otros destinos para alcanzar un mejor desarrollo regional en donde se resalta que la cooperación entre destinos turísticos contiguos motiva la existencia de municipios clúster. (Sheng, 2011; Glinskiy et al, 2016)

4. Discusión

La literatura enfocada en el análisis de los casos de éxito de turismo rural sustentable, y el análisis de los incentivos por medio de la teoría de juegos sugieren que no es posible alcanzar un desarrollo turístico sustentable en zonas rurales sin la interacción entre gobierno, sociedad e iniciativa privada. De forma específica, los artículos resaltan la importancia de contar con un órgano regulador que vigile el bienestar de la comunidad y controle las acciones de la iniciativa privada.

También, se sabe que cuando tres agentes interactúan, el hecho de que dos instancias proporcionen evidencia de que están cooperando por un fin común proporciona incentivos para que el tercer agente coopere también. Es decir, el juego del prisionero extendido a tres agentes proporciona evidencia teórica de que un tercer agente se ve incentivado a cooperar cuando los otros dos agentes están cooperando (Osborne, 2004).

Cabe mencionar que la literatura enfocada al estudio de casos de éxito enfatiza la explotación de nichos de mercado. Por consiguiente, elementos estocásticos son ignorados al momento de reportar los casos de éxito, así como en la construcción de modelos basados en teoría de juegos. Lo anterior resulta de vital importancia para los países en desarrollo que busca el desarrollo económico de comunidades particulares. Es decir, al buscar la instauración de un destino turístico, las zonas rurales desconocen la demanda de los turistas por sus atractivos turísticos. Lo anterior es una preocupación latente dentro de la literatura de turismo rural sustentable. Kunreuther, et al. (2009) muestran que la cooperación entre los agentes involucrados se puede desvanecer cuando existe incertidumbre en los pagos que van a recibir.

En ese sentido, el trabajo hecho hasta el momento en materia de turismo sustentable a nivel regional, no ha sido suficiente en relación con las oportunidades existentes en las zonas rurales. Por ello, es importante realizar un trabajo más profundo y constante sobre las posibles acciones para impulsar los municipios con vocación turística en materia de diseño de estrategias de turismo rural sustentable con la colaboración tripartita Gobierno, Sociedad Local e iniciativa privada.

5. Conclusiones

El presente artículo muestra casos exitosos de la implementación de estrategias sustentables en zonas rurales. Además, se identifica que la colaboración y coordinación entre gobierno, sociedad e iniciativa privada es un factor crucial para la definición de estrategias exitosas.

También, se muestra como la teoría de juegos proporciona modelos que de manera general analizan la toma de decisiones de agentes involucrados en el establecimiento de estrategias de turismo rural sustentable. Además, nos permite identificar los incentivos que los agentes tienen para alcanzar un desarrollo turístico sustentable o, por el contrario, renunciar al mismo. Es decir, por medio de un análisis de los nodos de decisión, se pueden identificar cuáles son las acciones que cada agente involucrado realizará en cada uno de ellos.

Por lo tanto, el presente estudio nos muestra la pertinencia de utilizar modelos basados en teoría de juegos para estudiar la forma en que gobierno, sociedad e iniciativa privada definen estrategias de turismo rural sustentable. Además, se identifica que la introducción de elementos estocásticos, o incertidumbre, es necesaria para una mejor definición de dichas estrategias. Por lo anterior, se requiere partir de

un conocimiento pleno de la región de estudio, lo cual se puede lograr a través de un diagnóstico realizado por medio del Método Delphi. Lo anterior es de vital importancia para la definición de agentes, acciones y pagos que conformen un modelo basado en teoría de juegos y que permita estudiar la interacción entre gobierno, sociedad e iniciativa privada en un entorno estocástico.

Referencias

- Accinelli, E., Brida, J. G., & Carrera, E. (2008). A Good Policy of Sustainable Tourism.
- Accinelli, E., Brida, J. G., Sánchez, C. E., & Punzo, L. F. (2008). Emergence of long run behaviours in a game theoretic setting with host and guest populations: residents and tourist. *Papeles de población No. 58*, 16-32.
- Accinelli, E., Sánchez, C. E., & Gil, M. S. (2012). Turismo Sostenible y el Dilema del Prisionero modificado. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo vol. 8 no. 2*, 100-106.
- Álvarez, E. I., Garayar, A., & Calvo, S. J. (2015). Development of Sustainable reports for farming operations in the Basque Country using the Delphi method. *Revista de Contabilidad 18 (1) (2015)*, 44-54.
- Alvarez, E. I., Garayar, A., & Calvo, S. J. (2015). Development of sustainability reports for farming operations in the Basque Country using the Delphi method. *Revista de Contabilidad- Spanish Accounting Review 18(1) (2015)*, 44-54.
- Ambrosie, L. M. (2015). Myths of tourism institutionalization and Cancún,. *Annals of Tourism Research 54(2015)*, 68-83.
- Astiagarraga, E. (2010). EL Método Delphi. *Universidad de Deusto, San Sebastian*, 1-14.
- Beas, S. L. (2009). Los Planes de Excelencia Turística como Objeto de Estudio. Una Propuesta Metodológica de Evaluación . *Estudios Turísticos no. 182 (2009)*, 31-52.
- Bel, F., Lacroix, A., Lyser, S., Rambonilaza, T., & Turpin, N. (2015). Domestic Demand for tourism in rural areas: Insights from summer stays in three French regions,. *Tourism Management 46(2015)*, 562-570.
- Blasco, M. J., López, P. A., & Mengual, A. S. (2010). Validación mediante Método Delphi de un cuestionario para conocer las experiencias e interés hacia las actividades acuáticas con especial atención en windsurf. *Ágora para la EF y Deporte, n.12 (1)*, 75-96.
- Bolger, F., & Wright, G. (2011). Improving the Delphi process; Lessons from social psychological research. *Technological Forecasting & Social Change 78 (2011)*, 1500-1513.
- Dajati, H. (2014). Cultural and Tourism Planning as Tool for City Revitalization the Case Study of Kalimas River, Surabaya-Indonesia,. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, (135)*, 136-141.
- Dibra, M. (2015). Rogers Theory on Diffusion of innovation. The most appropriate theoretical model in study of factors influencing the integration of sustainability in tourism businesses. *Political- social and behavioral sciences 195(2015)*, 1453-1462.
- ECODES. (16 de MAYO de 2009). <http://ecodes.org/noticias/la-guia-francesa-routard-propone-un-turismo-sostenible#.V74QzpjhDIU>. Obtenido de

<http://ecodes.org/noticias/la-guia-francesa-routard-propone-un-turismo-sostenible#.V74QzpjhDIU>

- Falcón, R. M., & Betancourt, G. M. (2010). La evaluación integral de los impactos del turismo en la función del desarrollo local sostenible, . *Retos Turísticos* 9(3), 7-12.
- Flores-Ruiz, & Barroso. (2011). Desarrollo rural, economía social y turismo rural; un análisis de caso CIRIEC-España. *Revista de Economía Pública, social y cooperativa*, 70-80.
- Franzoni, S. (2015). Measuring the sustainability performance of the tourism sector. *Tourism Management Perspectives*, 22-27.
- García, V. M., & Suárez, M. M. (2013). El Método Delphi para la consulta a experto en la Investigación Científica. *Revista Cubana de Salud Pública* 39 (2) , 253-267.
- Garret, R. (2012). *GIBBS FARM. KAIPARA* .
- Gascón, G. D. (2013). Guía metodológica para la integración de la actividad turística al proceso de desarrollo local en zonas rurales. *Retos turísticos* 2(2013). , 1-11.
- Gibaja, R. D., & Sánchez, C. M. (2016). Asignación de Recursos Humanos en Regiones Socioeconómicas.
- Glinskiy, V., Serga, L., Chemezova, E., & Kaykov, K. (2016). Clusterización Economy as a way to build sustainable developmete of the region. *Procedia CIRP*, 314-328.
- Huang, G. Q., Chen.Wanli, Song, H., & Zhang, X. (2010). Game-theoric study of the dynamics of tourism supply chains for package holidays under quantity competition. *Tourism Economics* 16(1), 197-216.
- Lamberti, L. (2011). *Game Thoery in the Social Sciences*. New York: Tylor & Francis Group.
- Landeta, J. (2006). Current Validity of the Delphi method in social sciences. *Technological Forecasting & Social Change* 73(2006), 467-482.
- Landeta, J., Barruitia, J., & Lertxundi, A. (2011). Hybrid Dephi: A methodology fo failitate contribution from experts in professional context. *Technological Forecasting & Social Change* 78(2011), 1629-1641.
- McLenan, C.-I., Becken, S., & Watt, M. (2016). Learning Through a cluster approach: lessons from the implementation of six Australian tourism bussines sustainability programs . *Journals of Cleaner production* 111(2016), 348-357.
- Merchand, R. M. (2011). Desarrollo Inter Estatal Turístico de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas: México. *Revista Problemas del Desarrollo*, 147-173.
- Mirjam, D. (2015). Rogers Theory on difussion of innovation. the most apropiate thoerical model instudy of actor influencing the integration of sustainability in business toruism. *Political - social and behavioral sciences*, 1453-1462.
- OMT. (16 de Enero de 2016). *media.unwto.org*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/press-release/2016-01-18/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suben-en-2015-un-4-hasta-el-record>
- ONU, A. G. (1987). *Informe de la Comisión del medio ambiente y el desarrollo "nuestro futuro común"*. Nairobi: ONU.

- Prabahakaran, S., Nair, V., & Ramachanfran, S. (2014). Community participation in rural tourism: towards a conceptual framework, . *Procedia-social and behaviorial sciences* 144(2014),, 290-295.
- Saarines, I., & Leano, R. (2014). Integratin Tourism to rural development and planing in the developig world. *Development Southerm Africa*, 363-372.
- Salcedo, G. M., & San Martín, R. F. (2012). Turismo y Sustentabilidad: Paradigma de desarrollo entre lo tradicional y lo alternativo. *Gestión y Estrategia No. 41*, 71-86.
- Sheng, L. (2011). Regional Competition and Sustainable Development: A Game Theory Model for Tourism Destinations. *European Planning Studies vol 19 no, 4*, 669-680.
- SIIMT. (26 de Abril de 2015). *Inteligencia de Mercado Sector Turístico en México*. Obtenido de http://www.siimt.com/es/siimt/siim_inicio
- Silva, L. (2012). Built heritage-making and socioeconomic renewal in declining rural areas: evidence from Portugal. *Etnográfica*, 487-510.
- Song, H., Dwyer, L., Li, G., & Cao, Z. (2012). Tourism Economics Research: A Review and Asssssment. *Annals of Tourism Research* 39 (3), 1653-1682.
- Sook, F. F., May, C. L., Songan, P., & Nair, V. (2014). The impact of local comunitie's involvement adn relationships quality on sustainable rural tourims area, Sarawak. The moderating impact of self.eficcacy. *Procedia- social and behavioral Sciences* 144(2014), 60-65.
- Sosa, S. M., & Salido, A. P. (2013). La conformación de una ruta alimentaria como estrategia de desarrollo turístico rral par el municipio de Ures, Sonora,México. *Estudios Sociales*, 153-174.
- Tanja, M. (2016). Sustainable -responsible tourism discourse- toward's "responsustable" tourism, . *Jorunal of cleaner production* 111(2016) , 461-470.
- Torres-Delgado, A., & López, F. (2014). Measuring sustainable tourism at the municipal level. *Annuals of Tourism Research*, (49),, 122-137.
- UNWTO. (2015). *Panorama OMT del turismo internacional*. Madrir: UNWTO.
- Valencia-Sandoval, C., Flanders, D. N., & Kozak, R. (2010). Participatory ladnscape plannign and sustainable comunity development: Methodological observations from a case study in rural Mexico,. *Landscape and urban Planning* 94(2010), 63-70.
- Van Niekerk, M. (2014). Advocatig community participation adn integrated tourism development planning in local destinations: The case of South Africa. *Journal of Destination Marketing& Management*, (3),, 82-84.
- Vitasurya, V. R. (2016). Local Wisdom for sustainable Development of Rural Tourism, Case of Kaliburu and Lopati Village, Province of Daerah Istemawa Yogyakarta. *Procedia-social and Behavioral Sciences* 216(2016), 97-108.

006. DIAGNÓSTICO DE LAS INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD FÍSICA Y MOVILIDAD REDUCIDA DE TRES HOTELES DE LUJO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Autores:

Ing. Ana María Silva Gando
anitam_silva@hotmail.com.

César Santana Moncayo, Mgs.
csantana@ecotec.edu.ec

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo diagnosticar las facilidades que prestan las instalaciones y equipamiento de tres hoteles de lujo de la ciudad de Guayaquil, debido a que el tema de accesibilidad en los alojamientos turísticos de categoría lujo es limitado, escaso en la ciudad de Guayaquil, en comparación con otros países, lo cual detiene la integración y el desarrollo del turismo. Es por esto, que toda la información obtenida a través de los métodos de recolección de información empleados: observación, encuestas, entrevistas y ficha de parámetros de accesibilidad; que en conjunto arrojaron los resultados en donde se identificaron las áreas en las que son necesarias implementación de mejoras, especialmente áreas comunes y habitaciones; se elaboró un programa, para uso general, de mejoras en cuanto a la infraestructura y equipamiento para satisfacer las necesidades de huéspedes con discapacidades físicas y movilidad reducida, y que permitan dar soluciones viables a esta problemática.

Palabras clave: Instalaciones, equipamiento, discapacidad física, movilidad reducida, hoteles, Guayaquil.

Introducción

Año tras año el número de personas con discapacidades de diferentes tipos aumenta, al igual que el turismo en cada país. Por estos crecimientos paralelos que se dan a nivel global es que estas personas tienen el derecho de recibir un servicio turístico adecuado y pensado en ellos, con una infraestructura que acompañe y mejore su experiencia en los diferentes lugares fuera de su entorno habitual.

El estudio pertinente de la investigación permite señalar los aspectos que presentan falencias en las facilidades de instalaciones y equipamiento de tres hoteles de lujo de la ciudad de Guayaquil, lo cual influye en una experiencia poco agradable o negativa para el huésped con discapacidad física y movilidad reducida. Tomando en consideración los resultados obtenidos se realizará un programa de acción con respaldo donde se detallarán las áreas y aspectos importantes que necesitan atención urgente para solucionarlos.

Debido al aumento en la población de personas discapacitadas que alcanzan la cifra de más de mil millones de personas (15% de la población mundial, según OMS 2011), y teniendo en cuenta que en el Ecuador 401.538 corresponde a personas con

discapacidades (estadística del 2015 del Ministerio de Salud Pública del Ecuador) es necesario velar por el bienestar y derechos de los mismos en todas las actividades que realicen, incluido el ocio y recreación. Según el Reglamento de Alojamientos Turísticos publicado en marzo del 2015 indica que todo hotel categorizado como 5 estrellas o de "lujo" debe poseer infraestructura y equipamiento apto para el uso de personas con discapacidad; no obstante los hoteles de lujo en la ciudad de Guayaquil poseen instalaciones con equipamientos pocos apropiados para personas con discapacidad física y movilidad reducida, ya que no responden a las necesidades de este grupo que requiere una mayor atención en el detalle de las mismas, como por ejemplo: rampas y ascensores de dimensiones y tamaños adecuados, pisos antideslizantes, sin enmendaduras y/o alfombras, entre otros elementos que aunque parecen insignificantes son relevantes para el buen desplazamiento y estancia de los mismos, y más aún para mejorar la calidad del servicio que prestan este tipo de hoteles, el cual sin distinción del tipo de cliente que sea, debe procurar satisfacer e incluso superar las expectativas de sus huéspedes y visitantes. Por consiguiente, es necesario realizar una investigación en hoteles para diagnosticar la situación en la que se encuentran frente al cumplimiento en sus instalaciones de los requisitos infalibles para el hospedaje de discapacitados físicamente y con movilidad reducida, generando así una propuesta de mejora. Es por esto que se formula la siguiente pregunta:

¿Cuál es el grado de accesibilidad con los que cuentan los 2 hoteles de lujo de la ciudad de Guayaquil para atender las necesidades de personas con discapacidad?

Para responder a la pregunta del problema se establecen los objetivos, comenzando con la acción de diagnosticar las facilidades que prestan las instalaciones y equipamiento de tres hoteles de lujo de la ciudad de Guayaquil, para proponer un programa de acción que permita dar soluciones viables a esta problemática. Seguido de revisar bibliográfica de leyes, reglamentos, normativas y manuales vigentes para una mejor comprensión del objeto de estudio. Examinar los componentes de accesibilidad en instalaciones y equipamientos que poseen tres hoteles de lujo de la ciudad de Guayaquil. E identificar las mejoras potenciales que deberían ser implementadas en la infraestructura hotelera para el servicio de personas con discapacidad física y movilidad reducida.

Por ende, se establecieron las ideas a defender que son que los hoteles de categoría lujo de la ciudad de Guayaquil cuentan con infraestructuras e instalaciones insuficientemente aptas para el uso de personas con discapacidades y movilidad reducida que satisfagan sus necesidades durante su alojamiento temporal. A su vez, el tema de accesibilidad en los alojamientos turísticos de categoría lujo es limitado, escaso en la ciudad de Guayaquil, en comparación con otros países, lo cual detiene la integración y el desarrollo del turismo. Y por ende, la implementación de mejoras para la accesibilidad en los hoteles de lujo de la ciudad de Guayaquil fomenta el turismo al atender un nuevo mercado potencial, de personas con discapacidades y movilidad reducida.

De acuerdo con el Boletín de Estadísticas Turísticas del 2010-2014, señala que en el 2014 el número de ingresos de turistas internacionales para la actividad turística fue de 1.148.664 personas. También se comprueba el aumento de establecimientos de alojamiento turístico del año 2014 en la ciudad de Guayaquil a 428 establecimientos hoteleros de los cuales 12 están categorizados como 5 estrellas. Teniendo en cuenta estos dos factores importantes se ha observado que existe una carencia en las instalaciones y equipamiento que brindan facilidades para personas con discapacidad física y movilidad reducida.

Paralelamente en el país se han implementado leyes y reglamentos a seguir para la inclusión de las personas con discapacidades. Hoy en día estas personas tienen los mismos derechos y obligaciones que todos. Se los han involucrado mucho más en la sociedad. Por esto, el Gobierno emitió obligaciones para los diferentes sectores, entre los cuales se encuentra el de Turismo y Hotelería, para implementar mejoras que faciliten la movilización y actividades de los discapacitados en el día a día.

Entrelazando estas dos apreciaciones y mediante la observación se puede concluir que el sector hotelero en Guayaquil no está totalmente apto para hospedar en sus habitaciones a personas con discapacidad física y movilidad reducida. Se expone que serían necesarias varias modificaciones en su estructura para poder recibir y cumplir con las necesidades de este nuevo tipo de huéspedes con necesidades especiales.

El proyecto de investigación aborda un tema actual de mucha importancia a nivel mundial pero poco estudiado en el país, específicamente en la ciudad de Guayaquil, que es la inclusión social de personas con discapacidad física y movilidad reducida en todas las actividades, principalmente en el ámbito turístico. Es por esto que tiene gran importancia examinar el estado en que se encuentran los hoteles de lujo para saber si tienen las facilidades en sus instalaciones y equipamiento que satisfagan la estadía de estas personas; y a su vez establecer un programa de acción para la mejora de las facilidades con las que deberían contar las instalaciones y equipamiento de los hoteles de lujo para satisfacer las necesidades de personas con discapacidad física y movilidad reducida durante su alojamiento.

Para poder realizar este proyecto y llegar a conclusiones generales se basará en investigación tanto exploratoria como descriptiva. El primero para poder evaluar el estado de las facilidades que se ofrecen en las instalaciones y equipamientos de tres hoteles de lujo de Guayaquil mediante un trabajo de campo; y el segundo se utiliza para describir los datos obtenidos a través de la investigación, establecer comparaciones entre los establecimientos hoteleros, y formular una propuesta de mejora acorde a la situación estudiada.

Desarrollo

Siguiendo la definición que proporciona la OMT donde indica que el turismo es la actividad que realizan las personas, sin exclusión alguna, en viajes hacia destinos fuera de su entorno habitual, considerando la pernoctación mínima de una noche y en la cual se le debe facilitar los elementos turísticos a la persona para que desarrolle su viaje sin inconvenientes. Entrelazando esto al término de accesibilidad que significa la cualidad de tener acceso, de fácil movilización y comprensión¹, se obtiene un concepto compuesto de turismo accesible que estipula que es "aquel que pretende facilitar el acceso de las personas con discapacidades a los servicios turísticos"².

La participación de las personas con discapacidad en la actividad turística tiene un aumento considerable, especialmente en los países del primer mundo o completamente desarrollados, y esto se debe a factores como los ingresos que reciben este grupo de personas por parte de entidades públicas, descuentos en tarifas turísticas, los avances tecnológicos, mayor tiempo disponible para realizar viajes, y por supuesto el propio interés de aprovechar y conocer nuevos destinos.

Es decir que al ejercer el tipo de turismo accesible toda la infraestructura turística, entiéndase como hoteles, restaurantes, atractivos turísticos, transportes turísticos, debe brindar todas las facilidades necesarias para la movilización, comunicación,

¹ Concepto basado en la RAE (Real Academia de la Lengua Española).

² Concepto otorgado por la OMT.

entendimiento y goce de las instalaciones. Es fundamental la eliminación de posibles barreras que impidan la satisfacción de las necesidades de personas discapacitadas o con movilidad reducida. Estar apto para ofrecer un turismo completamente accesible significa tener todo bajo control y siempre pensando en ofrecer independencia para estas personas.

A nivel mundial el número de personas con discapacidad oscila entre mil millones lo que representa el 15% de la población total.³ Año tras año aumentan la población que padece de alguna discapacidad o movilidad física, es por esto que en todos los sectores, incluyendo el de turismo y hotelería, es indispensable la constante renovación y actualización de los aspectos que pueden dificultar el actuar normal.

En el Ecuador en el año 2014 se tuvo registro de 1.113 millones de turistas internacionales que ingresaron al país, obteniendo un total de \$1.245 billones de dólares de ingresos. En cuanto a la entrada de extranjeros del grupo de edad mayor a 60 años, representando a personas con movilidad reducida, el número es de 23.806 personas en el año 2014. De acuerdo con los ingresos obtenidos en el PIB el Turismo se ubica en el 3er. puesto de las actividades principales del Ecuador con un aporte de 1.487.2 millones de dólares (Ministerio de Turismo, 2015).

Con base a los datos postulados en el párrafo anterior se puede inferir que en Ecuador la actividad turística es muy importante para la economía del país, debido al ingreso y gastos de turistas. Con referencia a las cifras de personas mayores de 60 años que entran al país se deduce que sí existe un grupo significativo de personas con movilidad reducida; por consiguiente, es necesaria la implementación de equipamiento apto para la accesibilidad de estas personas. La infraestructura turística debe velar por la satisfacción de este nuevo grupo de clientes que necesitan requerimientos especiales para su agrado y estadía en el país.

La presente investigación aborda las características que deben tener tres hoteles de categoría lujo, ubicados en la ciudad de Guayaquil, en cuanto al equipamiento e instalaciones para personas con discapacidad física y movilidad reducida, por lo que, es necesario establecer la definición de hotel y todo lo que a ella la describa, y que sea de relevancia para la comprensión del objeto de estudio.

Según la RAE un establecimiento hotelero es “capaz de alojar con comodidad a huéspedes o viajeros”. Así mismo se denomina hotel a “establecimiento comercial abierto al público que, ofreciendo alojamiento turístico, con o sin comedor y otros servicios complementarios, ocupan la totalidad de un edificio o parte independizada del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, ascensores y escaleras de uso exclusivo y que reúnen los requisitos técnicos mínimos establecidos en la legislación vigente de cada país” (Hotelería y Turismo Manual de Administración Hotelera, 2010).

A lo largo de los años el concepto de hotel ha ido modificándose y variando su tipología de acuerdo con las necesidades de la demanda. En sus inicios los establecimientos que ofrecían hospedaje eran casas con habitaciones libres que albergaban personas, sin ofrecerles comodidades o servicios extras. Con el tiempo se fueron implementando requisitos básicos con los que tienen que cumplir estos establecimientos para poder brindar un servicio de calidad y de salud. Los edificios se

³ Informe Mundial de Discapacidad por la OMS.

empezaron a construir para dedicarse plenamente a la actividad de hospedaje con habitaciones limpias y equipadas con lo necesario, se implementaron baños privados y ciertas comodidades en cuanto a tecnología como por ejemplo televisión, aire acondicionado, mini bar, etc. Al tener una amplia y diversa demanda, los establecimientos hoteleros tuvieron la exigencia de dividirse y segmentarse acorde al tipo de clientes que buscaban recibir; así se fraccionaron los tipos de alojamientos que hoy en día de acuerdo al Manual de Administración Hotelera del año 2010 se conocen como:

- Hoteles.
- Apart-hoteles.
- Pensiones.
- Hostales.
- Casa de huéspedes.
- Moteles.
- Apartamentos.
- Campings.
- Casas rurales.

Ahora bien, también existen diversas clasificaciones de acuerdo a los servicios y acomodaciones que ofrecen los hoteles, entre estos están: clasificación por estrellas o diamantes, dependiendo de las regulaciones específicas de cada país. La OMT dispone el uso de cinco categorías por estrellas, teniendo requisitos y características especiales que difieren una de otra. Estas son:

Tabla 1 Categoría de Hoteles

Categoría	Características
➤ Cinco estrellas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Infraestructura de alta categoría. ○ Administración más compleja. ○ Personal altamente capacitado. ○ Servicio y decoración lujosa. ○ Varios restaurantes de alta cocina. ○ Servicios de spa, piscina, gimnasio, shows, guardería, etc. ○ Habitaciones altamente equipadas y con confort.
➤ Cuatro estrellas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Infraestructura grande. ○ Personal capacitado en cada área. ○ Decoración y equipamiento lujoso. ○ Room service 24 horas. ○ Servicios extras como lavandería, ballet parking, piscina. ○ Restaurantes con menús variados.
➤ Tres estrellas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Infraestructura mediana. ○ Habitaciones amplias con más equipamiento. ○ Personal capacitado. ○ Servicio de restaurante. ○ Habitaciones espaciosas con baño privado y confort.
➤ Dos estrellas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Infraestructura mediana. ○ Mayores facilidades.

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Empleados con mayor capacitación. ○ Servicio básico de alimentos y bebidas. ○ Habitaciones con baño privado.
➤ Una estrella	<ul style="list-style-type: none"> ○ Infraestructura pequeña. ○ Administración a cargo de dueños y familiares. ○ Servicios básicos. ○ Habitaciones con o sin baño privado. ○ Facilidades limitadas. ○ Puede o no tener área de alimentos y bebidas.

Fuente: OMT.

Elaborado por: Ana Silva

La clasificación anterior es básica, teniendo ciertas variantes dependiendo de la región o país en donde se aplique. A pesar de diferir en los nombres utilizados para la división, las características se asemejan acorde con las especificaciones de requisitos tangibles e intangibles que deben proporcionar a los huéspedes. Queda en manos de los organismos públicos nacionales realizar auditorías continuas a los establecimientos de alojamiento para medir y mantener control sobre la categorización de sus hoteles. El propósito de realizar esta división es para facilitar la publicidad y marketing para que la demanda identifique las diferencias y escoja a su gusto.

En Ecuador se hace uso de la categorización establecida por la OMT con variaciones en las denominaciones, sin embargo, las características descritas anteriormente también aplican dentro del país. Los nombres que emplea el Ministerio de Turismo para clasificar los diferentes establecimientos hoteleros del Ecuador son:

Tabla 2: Nomenclatura para Categorías Hoteleras OMT VS. Ecuador.

Nomenclatura de Categorías según OMT	Nomenclatura de Categorías en Ecuador
○ Cinco estrellas	○ Categoría Lujo
○ Cuatro estrellas	○ Primera categoría
○ Tres estrellas	○ Segunda categoría
○ Dos estrellas	○ Tercera categoría
○ Una estrella	○ Cuarta categoría

Fuente: OMT y Reglamento de Actividades Turísticas de Ecuador.

Elaborado por: Ana Silva.

El Ministerio de Turismo en el año 2014 registró un total de 5.189 alojamientos turísticos en Ecuador, siendo 490 establecimientos de tipo "Hotel" existiendo 35 hoteles de categoría de "Lujo" en el país, de los cuales 14 se encuentran en la provincia del Guayas. ⁴

Es conveniente establecer las características de un hotel de "Lujo" establecidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador para establecer parámetros pertinentes al tema. De acuerdo con el Registro Oficial nº 465 del año 2015 sobre el Reglamento de Alojamiento Turístico se establecen los requisitos de acuerdo a su categorización (ver Anexo 1) en el cual se destacan, para esta investigación, los siguientes literales:

⁴ Cifras estadísticas obtenidas del Boletín de Estadísticas Turísticas 2010-2014. Elaborado por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

- El numeral 10 señala la obligación de ascensores en los establecimientos hoteleros de lujo.
- El numeral 14 indica que el área de recepción debe contar con las facilidades necesarias para la atención de personas con discapacidades.
- El numeral 18 presenta que los hoteles de categoría Lujo en Ecuador deben tener un 6% de habitaciones aptas para el uso de personas con discapacidades, especialmente en planta baja o primer piso.
- El numeral 65 menciona la obligación de los hoteles de lujo en cuanto a ofrecer sillas de ruedas para huéspedes con alguna discapacidad física o movilidad reducida.

A pesar de que en el nuevo reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador no se detallan a profundidad los requisitos con los que deben cumplir los hoteles de Lujo, sino que sólo se hacen presentes cuatro literales en los que se mencionan las obligaciones para satisfacer las necesidades de personas con discapacidades físicas y movilidad reducida, es imprescindible establecer medidas específicas de instalaciones y equipamientos que faciliten la movilización y estancia de este nuevo grupo de personas dentro del establecimiento. En cuanto a los hoteles con categoría de lujo, se asume la aplicación de las políticas y regulaciones extranjeras para la atención de discapacitados y movilidad reducida de cada cadena perteneciente.

Ante la situación planteada, se llevará la regulación pertinente de instalaciones y equipos en base a las medidas y parámetros ofrecidos por las normas INEN del Ecuador del año 2001 en cuanto a las diferentes áreas para la accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad reducida al medio físico. Más adelante se detallarán las regulaciones específicas de las instalaciones.

Metodología

La presente investigación se realizó basada en el enfoque mixto cuantitativo y cualitativo acorde con las necesidades pertinentes para la obtención de los resultados. El enfoque cuantitativo en cuanto a la recolección de información a través de encuestas, medición de las áreas de estudio como son las instalaciones de los hoteles, estableciendo relación entre las variables. Por otra parte, el enfoque cualitativo se refleja en el método de la observación que se utilizó para captar datos e información; y entrevistas a expertos en este campo para llegar a una conclusión más exacta y concisa.

Se tomó en consideración el universo que son todos los hoteles de categoría “lujo” ubicados en la ciudad de Guayaquil. El número total de establecimientos con estas características son 12 de acuerdo al Catastro de Hoteles de Guayaquil año 2015. La siguiente fórmula de muestra finita con un nivel de confianza del 95% y margen de error de 5% proporciona la muestra necesaria para este trabajo de investigación:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times P \times Q}{e^2 \times (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

$$\frac{(1,96)^2 * 0,05 * 0,95 * 12}{(0,03)^2(12 - 1) + (1,96)^2 * 0,05 * 0,95}$$

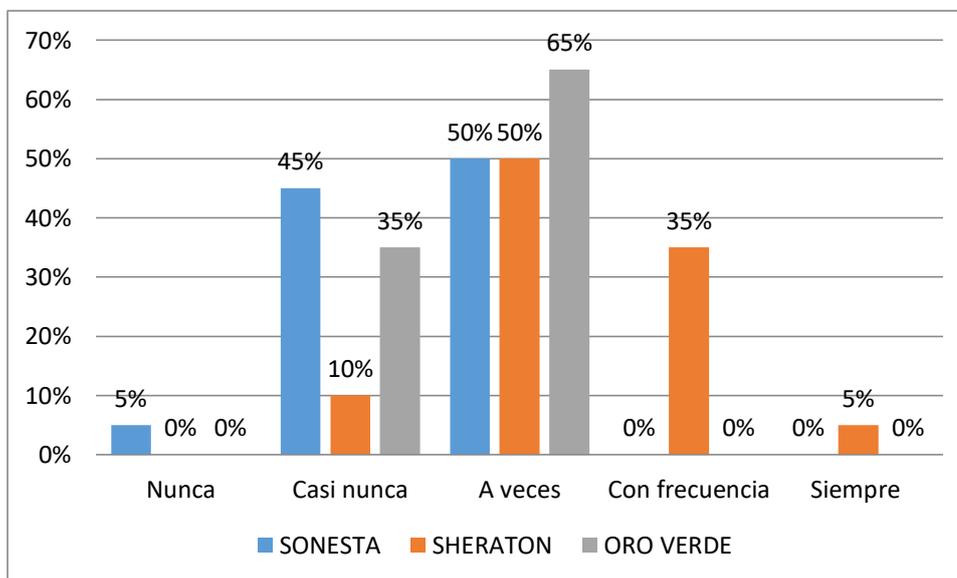
$$= 12$$

La muestra es de 12 establecimientos hoteleros a los que se debe aplicar los métodos de estudio para la investigación, a un nivel de confianza del 95%.

Debido a que los recursos con los que se cuentan son mínimas para la realización de este estudio, se hizo una selección de una muestra aleatoria simple de tres establecimientos hoteleros de categoría “Lujo” para realizar las mediciones y observaciones pertinentes del caso con las que posteriormente se establecerán comparaciones para la obtención del resultado final.

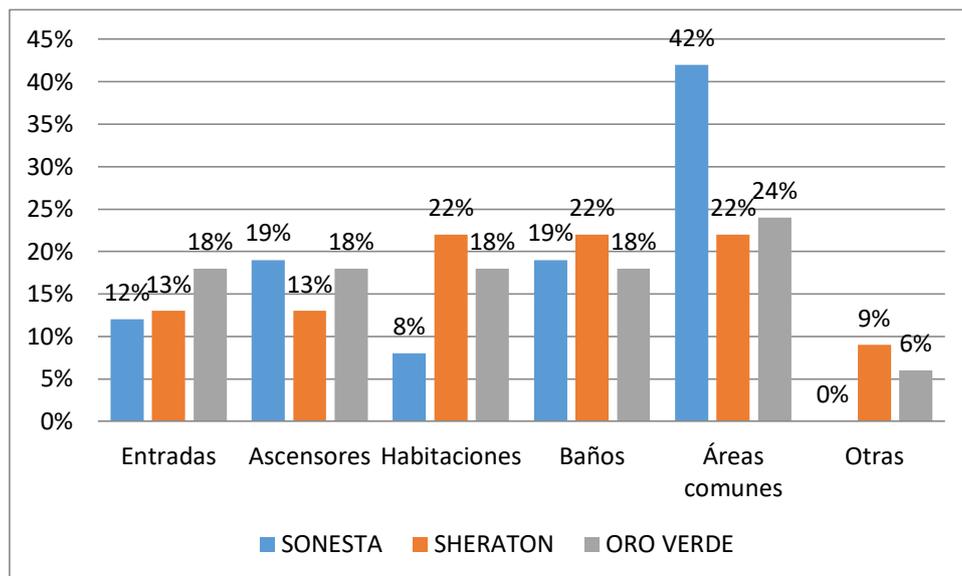
Se obtuvieron los siguientes resultados en cuanto a las encuestas realizadas a 20 empleados de cada establecimiento hotelero estudiado. De manera global se presenta lo siguiente:

¿Con que frecuencia se observan huéspedes con alguna discapacidad física o de movilidad reducida?



En efecto, el 50% y 65% de los empleados de los tres hoteles contestaron que “A veces” se alojan personas de este tipo en estos lugares, las visitas son esporádicas durante el año, lo que evidencia que no hay mucha concurrencia de personas con discapacidades físicas o movilidad reducida en los hoteles estudiados.

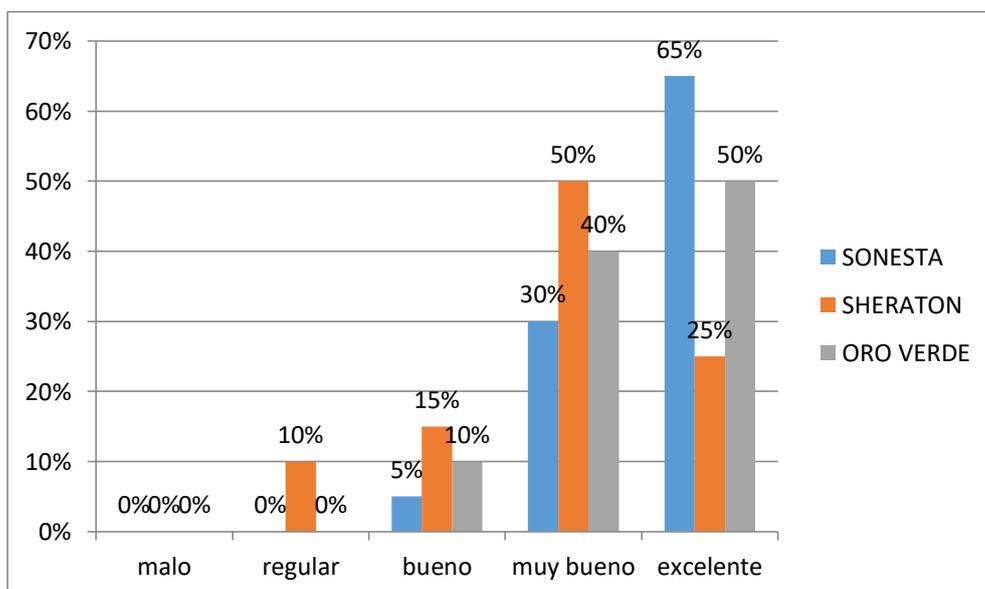
Según usted, ¿cuáles serían las áreas que se deben mejorar para la atención de personas con discapacidad física y movilidad reducida?



En su mayoría, en un rango entre 22% y 42%, respondió que los tres hoteles deben mejorar las áreas comunes para brindar mayores facilidades a personas con discapacidades físicas y movilidad reducida.

Con esto se comprueba que sí existen áreas que deberían ser prioridad para una remodelación, y así contribuir a brindar las mayores facilidades posibles a este tipo de huéspedes.

En escala del 1 al 5, siendo 5 excelente y 1 malo, ¿cómo calificaría el servicio que presta el hotel para satisfacer las necesidades de las personas con discapacidad física y movilidad reducida?



En su mayoría, dentro del 25% al 65% de los encuestados respondieron que el servicio de su establecimiento hotelero es excelente para con las personas con discapacidades físicas y movilidad reducida.

A pesar de que los hoteles necesiten renovaciones e implementación de mayores facilidades en sus instalaciones, el servicio que se ofrece a los huéspedes, sin exclusión alguna, es excelente.

Al finalizar con el diagnóstico de las facilidades que prestan las instalaciones y equipamiento de tres hoteles de lujo de la ciudad de Guayaquil, se hace la propuesta de un programa de acción general que permita dar soluciones viables a las problemáticas encontradas anteriormente.

El siguiente programa de acción detalla las medidas que se deben tomar para saber de qué forma implementar mejoras en las áreas identificadas con deficiencias. En cuanto al tiempo de su aplicación dependerá de la circunstancia de cada hotel, y no es incluido dentro del presente proyecto de investigación. Los cambios pertinentes y exactos serían una excelente inversión. Se aplicarían los estatutos de inclusión social y utilizando las normas INEN sobre accesibilidad como base en las mediciones.

Programa de acción general para hoteles de lujo de la ciudad de Guayaquil en cuanto a infraestructura y equipamiento para personas con discapacidades físicas y movilidad reducida			
Área	Objetivo	Aspecto	Actividad
Entrada	Proporcionar facilidades para el ingreso de este tipo de personas.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Piso ➤ Agarraderas 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Piso antideslizante o uso de alfombras. ○ Agarraderas a una altura de en puertas manuales.
Escaleras	Suministrar seguridad para el uso de las mismas.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Escaleras para uso de huéspedes 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Escaleras de 100 cm de ancho y de 18 cm de altura. ○ Material antideslizante o uso de alfombras. ○ Pasamanos a una altura mínima de 70 cm.
Ascensores	Adecuar el acceso y utilización para uso independiente.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Medidas ➤ Material del piso ➤ Agarradera 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Piso de material antideslizante o con alfombra.

			<ul style="list-style-type: none"> ○ Proporcionar pasamanos dentro del mismo. ○ Cabina de cm de 100 cm de ancho y 120 cm de fondo.
Habitación	Proveer de confort en sus instalaciones para el uso independiente y descanso del huésped.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cama ➤ Material del piso ➤ Equipamiento ➤ Interruptores ➤ Ventanas ➤ Armario 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Disponer que un 6% de las habitaciones sean equipadas para uso exclusivo de discapacitados ○ Cama a una altura no mayor de 40 cm. ○ Piso antideslizante o con alfombra, sin relieves o desniveles. ○ Equipamiento a un acceso no mayor de 60 cm. ○ Interruptores ubicados a una altura de 120 cm. ○ Ventanas ubicadas a mínimo 85 cm del suelo. ○ Barra del armario a una altura de 60 cm.
Baño habitación	Facilitar el uso independiente en el espacio del área higiénica.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puerta ➤ Material del piso ➤ Ducha ➤ Inodoro ➤ Lavamanos ➤ Agarraderas ➤ Teléfono y sistema de alarma 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Puerta de baño preferiblemente corrediza o sin puerta. ○ Piso antideslizante sin relieves o bordes. ○ Ducha amplia, en desnivel.

			<ul style="list-style-type: none"> ○ Inodoro ubicado a una altura no mayor de 45 cm. ○ Lavamanos a una altura de 75 cm. ○ Disponer de agarraderas en inodoro, ducha y lavamanos. ○ Proporcionar teléfono y sistema de alarma por seguridad.
Señalización	Informar y alertar a los huéspedes.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Entrada ➤ Habitaciones ➤ Áreas comunes 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Colocar imágenes en las puertas de entrada para que sean visibles. ○ Diferenciar las habitaciones especiales para discapacitados. ○ En áreas comunes implementar gráficos que indiquen bordes, escaleras o desniveles, para seguridad de los huéspedes.
Áreas comunes	Proporcionar espacios de recreación para ser utilizados de forma independiente por este tipo de huéspedes.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Piscina ➤ Jardines ➤ Bus transfer 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Disponer de maquinaria especial para el ingreso y salida de huéspedes con discapacidades en la piscina. ○ Proporcionar flotadores. ○ Acceso a piscina y

			jardines con rampas. ○ Suministrar rampa y asientos especiales para discapacitados en el bus del hotel para los traslados aeropuerto-hotel.
--	--	--	--

Conclusiones

Como resultado obtenido de toda la investigación realizada en los tres establecimientos hoteleros: Sheraton, Sonesta y Oro Verde, con métodos de estudios veraces y aplicados de forma uniforme se puede deducir que de forma general las instalaciones y equipamientos cumplen en su mayoría con los estándares básicos reflejados en las Normas INEN para la accesibilidad; a pesar de que en ciertas variables se excedan las medidas por un rango máximo de 10 cm a lo estipulado. Los equipamientos son adecuados y sí satisfacen, en su mayoría, las necesidades de personas con discapacidades físicas y movilidad reducida.

Debido al aumento del turismo y de personas con movilidad limitada, es necesario realizar ciertas reformas para así cubrir las necesidades de futuros huéspedes, ofreciendo todas las comodidades en infraestructura y equipamiento de alta calidad en las diferentes áreas del hotel. Por otra parte, en cuanto al número de habitaciones que están realmente adaptadas para recibir a este tipo de personas no superan el valor de 2, lo cual debería de incrementarse respectivamente para poder ofertarlas tanto a nivel nacional como internacional, de esta manera se motiva a las personas y familiares que poseen alguna discapacidad a moverse fuera de su entorno habitual y optar por uno de estos hoteles que brindan todas las facilidades.

Es conveniente también mencionar que a pesar de que en este estudio no se dio un enfoque directo en cuanto al servicio que se les brinda a estas personas, es necesario siempre contar con personal altamente capacitado para enfrentar y saber llevar cualquier tipo de circunstancia en cuanto a personas con discapacidades y movilidad física. El complemento de un hotel es la calidad del servicio que se brinda, aparte del confort que se ofrece en las habitaciones.

Por todo lo mencionado anteriormente, los tres hoteles de categoría lujo de la ciudad de Guayaquil poseen las bases en cuanto a infraestructura y equipamiento apto para personas con discapacidades físicas; es el comienzo para continuar con el apoyo e inclusión de estas personas dentro del campo de la hospitalidad que todos los seres humanos tienen derecho a gozar durante su tiempo de ocio o recreación.

Referencias bibliográficas

- Banco Mundial. (2014). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Washington D.C.
- (2010). *Hotelería y Turismo Manual de Administración Hotelera*. En H. Q. Capovilla, *Hotelería y Turismo: Manual de Administración Hotelera* (pág. 192). Málaga: Ediciones DALY.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Boletín de Estadísticas Turísticas 2010-2014*. Quito.
- Naciones Unidas. (2006). *Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y Protocolo Facultativo*. New York.
- Norma Técnica Ecuatoria INEN. (2001). *Accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad reducida al medio físico. Terminología*. Quito: INEN.
- Novak, D. E. (10 de Febrero de 2013). Obtenido de Igualdad y Equidad: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/cash/17-6606-2013-02-10.html>
- OMS. (2011). *Informe Mundial sobre la Discapacidad*. Obtenido de file:///C:/Users/anita/Downloads/9789240688230_spa.pdf
- ONU. (1987). *Informe "Nuestro Futuro en Común"*. Obtenido de <http://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>
- Organización Mundial de Turismo. (2014). *Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos*. Madrid.
- Registro Oficial del Reglamento de Turismo, 465 (24 de Marzo de 2015).
- Salud, O. M. (1980). *Clasificación Internacional de Deficiencias, Discapacidades y Minusvalías*. Madrid.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Quito: Senplades.
- UNICEF. (2005). *Seminario Internacional: Inclusión social, discapacidad y políticas públicas*. Santiago de Chile.
- UNWTO. (2015). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, Herramientas y Buenas Prácticas*. Madrid: OMT.

007. COMPORTAMIENTO SOCIO CULTURAL DEL CIUDADANO DE LA PARROQUIA PICOAZÁ DEL CANTÓN PORTOVIEJO, PROVINCIA DE MANABÍ.

SOCIO CULTURAL BEHAVIOR OF CITIZEN FROM PICOAZA PARISH OF PORTOVIEJO COUNTY, MANABI PROVINCE.

Autores:

Iván Alberto Analuisa Aroca

ianaluisa@pucem.edu.ec

Asistente de Carrera de Administración de Empresas

Docente Carrera de Administración de Empresas

Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Campus Portoviejo, Sede Manabí-Ecuador

Master en Dirección de Empresas mención Proyectos

Olga Maritza Rodriguez Ulcuango

olrodriguez@epoch.edu.ec

Docente Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Carrera de Administración de Empresas

Magister En Administración Financiera y Comercio Internacional

RESUMEN.

La investigación, tiene como objetivo general analizar la influencia del comportamiento organizacional del ciudadano común de la parroquia Picoazá en el desarrollo de la identidad, cultura y pertinencia del lugar. La investigación es de tipo analítica, descriptiva, la población constó de 280 ciudadanos a partir de la muestra calculada. Para su desarrollo se utilizaron los métodos y técnicas de observación y encuestas para determinar los hábitos y tradiciones de los habitantes del lugar y su incidencia en el comportamiento social cultural para mantener y arraigar las costumbres de la zona. En consideración con lo anteriormente expuesto el artículo tomó elementos de los diferentes enfoques de estudio de la cultura de las organizaciones para integrarlos en una propuesta que contempla no solo rasgos visibles de la cultura sino también de factores generadores de la misma, así como se pudo demostrar la relación entre la cultura de los pobladores del lugar y su identidad, costumbres y sentido de pertenencia.

Palabras claves.-

Parroquia Picoazá, comportamiento social, cultura, participación local.

ABSTRACT

This Research has as a general objective to analyze the influence of organizational behavior of ordinary citizens of Picoaza parish in the development of identity, culture

and relevance of the place. The research is analytical and descriptive; the population consisted of 280 citizens from the calculated sample. For developing methods and techniques of observation and surveys were used to determine the habits and traditions of the locals and their impact on the cultural social behavior to maintain and entrench the customs of the area. In consideration of the above article it took elements of the different approaches to the study of culture of organizations to integrate them into a proposal that includes no visible features of culture only, also generating factors as well as could be demonstrated the relationship between the culture of the locals and their identity, customs and sense of belonging.

Key Words:

Picoaza parish, social behavior, culture, local participation.

INTRODUCCIÓN

La población de Picoazá, ubicada a escasos minutos de la capital de la Provincia de Manabí, Portoviejo, con una temperatura media de 29 grados centígrados y situada a seiscientos metros sobre el nivel del mar (Resumen Ejecutivo Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Portoviejo, 2011), actualmente cuenta con una población estimada de 37.590 habitantes (INEC, 2010), los mismos que representan un gran legado histórico cultural, son dueños de un pasado que renace en cada momento.

Las manifestaciones culturales en Picoazá forman parte de los 382 atractivos turísticos inventariados por el Ministerio de Turismo y de la declaratoria de patrimonio arqueológico cerros Jaboncillo, Bravo, La Negrita, de Hojas y Guayabal convirtiéndose en un atractivo emblemático del país (Revista del Patrimonio Cultural del Ecuador, 2010). Actualmente es conocida por su originalidad, comercio y fiestas religiosas, estas últimas la fiesta de San Pedro y San Pablo que se celebra con el nombramiento de dos gobiernos: el de los “Negros” y “Blancos”, bailando en movimiento de grandes banderas y rociando perfumes. La devoción religiosa en torno a estas tradicionales fiestas en distintas localidades manabitas se evidencia en una casa de caña que se levanta en medio de terrenos irregulares sobre las colinas que rodean Picoazá. Allí las imágenes de los santos descansan al pie de velas encendidas sobre un cajón metálico con hendiduras para introducir billetes o monedas. San Pedro y San Pablo se convierten en alcancías ambulantes durante un año, con el fin de recaudar dinero para financiar los festejos. (El Universo, 2010)

La gastronomía de la provincia es muy reconocida a nivel nacional por lo que algunos opinan que Portoviejo es la capital de la gastronomía manabita, y en Picoazá se saborean los mejores ceviches nocturnos y alrededor de este una gama de platos nativos que pueden ser expuestos en un restaurante temático en el que se viva la cultura atendido por los nativos de la zona capacitados y tecnificados capaz de saborear con calidad la cultura de los Picoazos.

La parroquia en estudio por su situación geográfica, y su gestión parroquial, presenta un déficit en infraestructura física, servicios básicos, red vial; por lo que se puede catalogar como un espacio sub-urbano en desarrollo pero su realce está dado en las tradiciones, creencias, dialecto, anécdotas, historias y cuentos que son

parte del producto turístico que puede ofrecer Picoazá, sin dejar de lado los imponentes cerros, con su belleza e importancia biótica convive en armonía con la naturaleza, sus figurines y estructuras arqueológicas que junto a una gran cantidad de especies de orquídeas, aves, mamíferos y réptiles se convierten en guardianes del sector.

Es necesario definir que es cultura, Oñate citado por (Mendoza D., 2008), dice al respecto: es todo aquello que la humanidad ha creado más allá del ámbito natural. Comprende todos los conocimientos, creencias, costumbres, usos y hábitos”, además forman parte de la cultura dice él: “las técnicas que usamos para hacer alguna cosa: una vivienda, un utensilio, un instrumento musical. Es decir se refiere a un todo, donde las unidades más significativas dan origen a complejos culturales, considerando además necesidades materiales, espirituales construidas por el hombre, las creencias, el sistema de valores entre otros, “en definitiva, la cultura se define como el modo de ser, de hacer y de pensar de todo un pueblo.”

Las prácticas culturales se desarrollan al interior de un espacio, de un contexto globalizado, la ciudad, el espacio urbano necesario como lugar social para los diferentes fenómenos, determinadas prácticas sociales, políticas y económicas. Al decir espacio urbano necesario se considera la articulación de sistemas de producción organización y sistemas de representatividad simbólica.

Según (Chiavenato I, 2009), el ser humano por su naturaleza siente la necesidad de pertenecer a un grupo social, de ser estimados por las personas que están a su alrededor, además de auto-realizarse. Por lo que están obligados continuamente a adaptarse a una variedad de situaciones para satisfacer sus necesidades.

Para (Gibson, L; Ivancevich, J; Donelly, J; Konopaske, R, 2006), es un campo de estudio que parte de métodos, teorías y principios de distintas disciplinas como la psicología, la sociología, la antropología y la ciencia política para estudiar las percepciones, valores, capacidad de aprendizaje y acciones de las personas que trabajan en grupo dentro de las organizaciones. (Robbins J; Judge T, 2013), por su parte plantean que este campo de estudio integra el impacto que tiene el comportamiento de los individuos, de los grupos y de la estructura organizacional en la eficiencia de una organización.

En este sentido las percepciones, respuestas y observaciones, varían conforme las diferencias individuales y se originan por un sinnúmero de factores, entre los que se encuentran, la pertinencia, la identificación con la parroquia, trabajo en equipo, comunicación, motivación, satisfacción, entre otros.

En la actualidad, los ciudadanos que son pertinentes con su comunidad se identifican en esta nueva era, donde los cambios institucionales, sociales, y los constantes desafíos permiten desarrollar valores fundamentales como responsabilidad social y trabajo en equipo que vinculándolo con el potencial de la diversidad demográfica y cultural de las personas así como su huella en la continuidad del cambio de la competitividad organizacional, permitirá efectivizar una mayor interrelación entre las variables de estudio.

La población manabita se dedica a trabajar en cuenta propia en un 26% de la población total, seguido de empleos para empresas privadas con un 24,6%, y como jornaleros en un 21,8% que son las formas de trabajo más representativas según el censo de población, (INEC, 2011), confirmando que a los manabitas en su mayoría les gusta trabajar por su propia cuenta, no existen datos exactos por parroquias para contrarrestar la opinión de los segmentos poblacionales. Mientras que por rama de actividades tenemos el comercio al por mayor y menor con un 23,2%, seguido por la actividades agrícolas en un 17,6%, enseñanza y construcción en un 8,7% y 8,6% respectivamente, actividades como administración pública y defensa, transporte y almacenamiento, actividades de los hogares, alojamiento y servicio de comidas mantienen niveles más bajos o mínimos, según el censo de Población y Vivienda, (INEC, 2011), prueba de ello Picoazá acoge una gama de microempresas comerciales familiares.

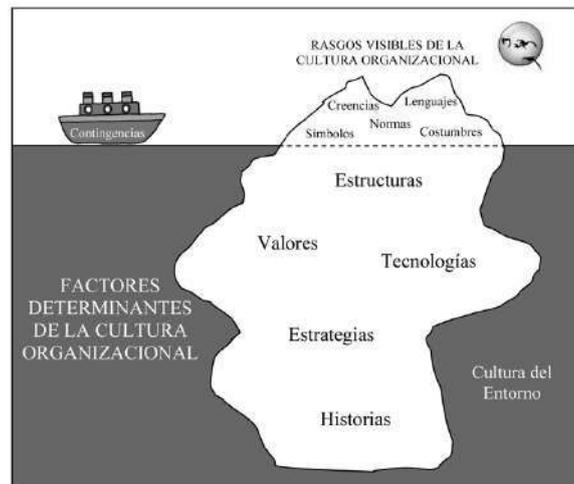
El comportamiento refleja cómo las organizaciones en su conjunto difieren unas de otras en cuanto a las conductas que en ellas se observan, esas diferencias son determinadas y puestas de manifiesto por aspectos tales como: Procedimientos operativos estándar, estructura global de la organización y otras pautas de conducta que son tácitas pero poderosas. (Robbins J; Judge T, 2013)

La importancia que existe entre la relación cultura, estilo de gestión, y sus efectos en la resolución de problemas debido a la influencia de una cultura nacional que presenta aspectos relacionados con la autoridad, colectivismo, adversidad e incertidumbre en los cambios de valores, debe ser considerada como la pertinencia y comportamiento cultural de un sector de la población.

La Sociabilidad surge de modo espontáneo, es un indicador del grado de relación emocional y no operacional, es decir, aquella en que la persona no ve a los demás como un simple medio para satisfacer sus propias necesidades. Normalmente se mantiene por un alto nivel de reciprocidad, que no siempre es visible para los involucrados, no existiendo acuerdos preestablecidos donde las personas comparten sin ninguna obligación. (Alarcón Ortiz, D; Freire Cruz T, 2012)

El sistema particular mencionado por Allaire y Firsirtu citado por (Gómez H, 2008) es solamente la punta del Iceberg, cuyos componentes podemos denominar rasgos visibles de la cultura organizacional (símbolos, creencias, lenguajes, normas y costumbres). De tal suerte que un análisis juicioso no se puede limitar a la descripción de estos rasgos visibles, sino que debe incluir el reconocimiento de factores determinantes de la cultura organizacional tales como historias, estructuras, valores, tecnologías, y estrategias de la organización.

Figura No1. Rasgos de una Cultura Organizacional



Fuente: Gómez H. 2008. Iceberg de la Cultura Organizacional.

La perspectiva sociocultural reconoce a la organización como un conjunto de individuos y de grupos que comparte creencias, valores y hábitos, que dotan a la organización de identidad; por tanto, focaliza su atención en factores como la autorrealización, el comportamiento, las interacciones y los grupos informales, para lo cual se vale de la relación individuo-trabajo, el liderazgo y factores motivacionales y psicosociales, al tiempo que busca encontrar explicaciones a las acciones presentes a partir de referencias históricas, procesos de socialización y símbolos compartidos. (Calderón. G; Cuartas Castaño J; Alvarez G; Claudia Milena, 2009)

(Medina J, 2011), manifiesta: un hecho que revoluciona el comportamiento social de los Guayaquileños, y también decir de todos los ecuatorianos, son las “Regeneraciones Urbanas” que más allá de rescatar inmuebles y lugares destinados para la actividad turística, han generado un elevado sentir de pertenencia y autoestima que complementan la belleza de un atractivo, puesto que el turista no se lleva el atractivo, se lleva la experiencia de ser parte de la sociedad donde se encuentra el atractivo y el enriquecimiento cultural que conlleva la visita del mismo.

Los patrimonios son la base fundamental para el desarrollo de la nación, como fuente de riqueza, como elemento sustantivo de soporte de su identidad, como punto de partida de un diálogo social para vislumbrar un porvenir común. No requieren de la contemplación, sino de conductas y prácticas vitales, de sujetos con historia y futuro, de una visión holística e integral orientada a convertir a los patrimonios natural y cultural en elementos indispensables para el ejercicio de los derechos Según el (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. INPC, 2010), manifiesta que el patrimonio cultural en su conjunto abarca varias grandes categorías:

- El patrimonio cultural material:
- El patrimonio cultural mueble (pinturas, esculturas, monedas, manuscritos, etc.);
- El patrimonio cultural inmueble (monumentos, sitios arqueológicos, etc.);
- El patrimonio cultural subacuático (restos de naufragios, ruinas y ciudades sumergidas, etc.);

- El patrimonio cultural inmaterial (tradiciones orales, artes del espectáculo, rituales, etc.);
- El patrimonio natural (sitios naturales que revisten aspectos culturales como los paisajes culturales, las formaciones físicas, biológicas o geológicas, etc.)
- El patrimonio en situaciones de conflicto armado

La identidad de las personas en las organizaciones se da de forma personal y organizacional; teniendo que ver con los valores emocionales y el sentido de pertinencia a los grupos sociales. Los habitantes pueden identificarse con las habilidades, profesión, o con su grupo de trabajo, de acuerdo con los roles que desempeñan, considerando que el comportamiento concuerda con la identidad así los comportamientos son de manera natural y habitual.

Según Bass citado por (Lozado L., 2013), el líder transformacional se distingue por cinco características básicas: la influencia idealizada, es el carisma, los seguidores le admiran y le quieren imitar; la motivación inspiradora sabe comunicar su visión de modo convincente con palabras y ejemplo; el estímulo intelectual promueve a sus colaboradores a ser críticos, a buscar el porqué de las cosas; la consideración individual hace que el líder tome en cuenta las necesidades de cada persona para guiarlos según lo requiera; la tolerancia psicológica, como proceso de aprender a tolerar los errores de los demás y a utilizar los propios para mejorar.

Para (Ugalde J, 2012), Picoazá se trata de un espacio de encuentro entre familiares y amigos, el mismo que, eventualmente puede ser apropiado por un grupo o una familia durante períodos breves, normalmente horas. Puede constituirse también en lugar de trabajo o por lo menos secadero para el cacao o la paja toquilla que luego será tejida, no existiendo tránsito vehicular intenso, son espacios seguros para la práctica deportiva, la recreación de los niños, la kermesse, el bingo solidario a favor de algún vecino caído en desgracia, el cotidiano juego de cartas, etc.

En la investigación realizada sobre el tejido artesanal del sombrero de paja toquilla, el Ministerio de Cultura viene trabajando en el proyecto desde el año 2010 y espera lograr un gran avance en la lucha por hacer de esta una actividad de interés para los jóvenes. Uno de los principales problemas que enfrenta la ancestral tradición es la falta de nuevos tejedores (Ecuadorian Hands, 2014)

En la investigación se vincularon diversos elementos de los diferentes enfoques de estudio de la cultura de las organizaciones y se integraron en una propuesta que contempla no solo rasgos visibles de la cultura sino también de factores generadores de la misma, así como se pudo demostrar la relación entre la cultura de los pobladores del lugar y su identidad, costumbres y sentido de pertenencia, siendo este el principal resultado de la investigación la constatación de los factores culturales y de idiosincrasia en el desarrollo de la parroquia y como estos se evidencian en el actuar de sus pobladores.

DESARROLLO

En el presente caso, el problema de investigación nos exigió conocer actores y procesos sociales, culturales, históricos, aspectos directa o indirectamente relacionados con la comunidad.

Tiene dos posiciones: una cuantitativa y la otra cualitativa para hacerla la investigación operativa.

Cualitativa: que es de carácter naturalista, en la investigación es de carácter interpretativo y que privilegia las técnicas cualitativas, que permiten comprender, razonar los varios tipos.

Cuantitativo: en cuanto a que la investigación es explicativa externa, normativa y que verifica el aspecto cuantitativo, indagando la explicación y causa de los hechos que fueron motivo de estudio.

En este sentido las percepciones, respuestas y observaciones, varían conforme las diferencias individuales y se originan por un sinnúmero de factores, entre los que se encuentran la identificación con la comunidad, trabajo en equipo, comunicación, motivación, satisfacción, entre otros.

En el desarrollo de la investigación se utilizó la fórmula estadística para determinar el tamaño de la muestra y consideró una muestra de habitantes de la parroquia, en total 280 habitantes considerados al azar.

Fórmula utilizada para el tamaño muestral.

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{z^2 * P * Q + Ne^2}$$

Donde

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 37590}{1,96^2 * 0,5 * 0,5 + 37590 * 0,05^2}$$

Tamaño de la muestra: 280 habitantes

TÉCNICAS

Observación: se realizó una observación: una humana, con el propósito de conocer a los habitantes del lugar y dueños de los locales que realizan o mantienen alguna actividad en la Parroquia.

Procesamiento de datos:

Constituye la tabulación, reducción y análisis de los mismos. La tabulación mediante la matriz de vaciado de datos, en donde contienen las preguntas y las respuestas.

Se aplicó la Ficha de Observación donde, los elementos considerados en el estudio fueron ubicados a nivel individual es decir, en el análisis de las variables involucradas en el comportamiento de los individuos en su papel de habitantes de la zona se pueden agrupar en dos conjuntos:

- El grupo de variables con las que el poblador se identifica en la zona: (edad, sexo, estado civil, religión entre otra), las personalidades, los valores y actitudes

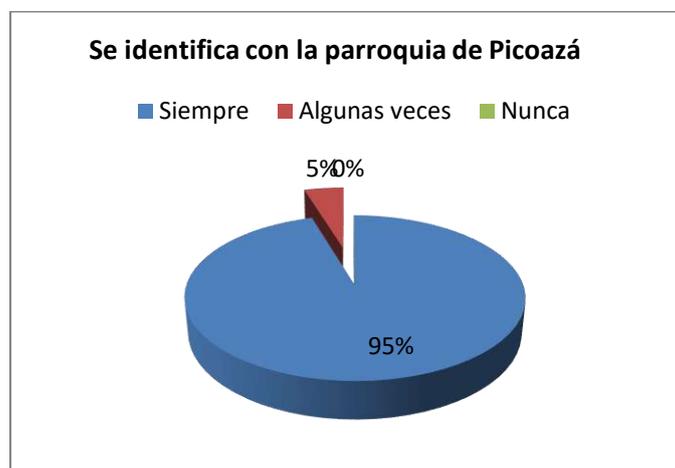
que trae consigo, así como los niveles de habilidad, conocimientos, escolaridad y experiencia.

- El otro grupo de variables son aquellas que surgen o se desarrollan una vez que el individuo se integra en la comunidad, como el aprendizaje y motivación.

En las encuestas realizadas para la obtención de los resultados alcanzados en la investigación se valoró lo siguiente:

De un total de veinte preguntas, relacionadas con factores económicos, políticos, religiosos, de desarrollo social y cultural a los habitantes de Picoazá se consideran las respuestas más significativas y relevantes para el estudio como se demuestra a continuación en los siguientes gráficos.

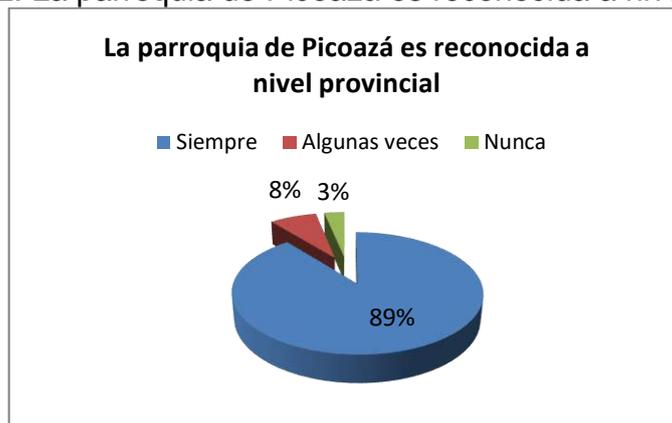
Gráfico N°1. Los ciudadanos se identifican con la Parroquia de Picoazá



Fuente: Trabajo investigativo, Habitantes de Picoazá
Elaborado por: Autor.2016

Acorde a los resultados de las encuestas realizadas, el mayor porcentaje de la población encuestada se identifica culturalmente 95% con el lugar donde vive, mientras el 5% restante responde en algunas veces, posiblemente a que no residen en el sector, son personas que no viven permanentemente en la parroquia, bajo estos aspectos de pertinencia cultural

Gráfico N°2. La parroquia de Picoazá es reconocida a nivel provincial.



Fuente: Trabajo investigativo, Habitantes de Picoazá
Elaborado por: Autor.2016

Con el análisis de las personas encuestadas manifestaron en un 89% que siempre es reconocida Picoazá por su estructura y organización, ubicación demografía y factores vinculados al comercio, mientras un 8% de los encuestados manifiestan que algunas veces y nunca o casi nunca un 3% de los encuestados. Al estar relacionada como parroquia urbana y ser una de las más reconocidas por el comercio, actividades religiosas, mantener sus manifestaciones ancestrales, tener las costumbres y tradiciones innatas de la zona.

Gráfico 3. Influyen las autoridades en el desarrollo de la parroquia



Fuente: Trabajo investigativo, Habitantes de Picoazá
Elaborado por: Autor.2016

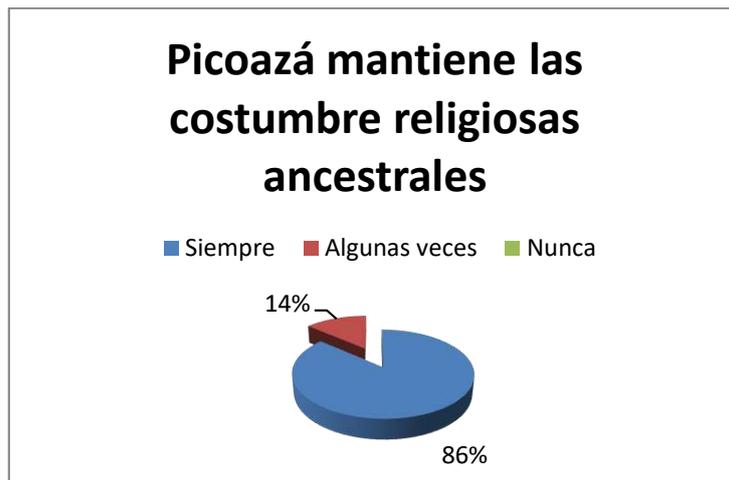
Se les pregunto si se identifican con los valores culturales de Picoazá, favorablemente o siempre se identifican un 91% mientras el 9% participa en ocasiones en eventos culturales donde participa la población en conjunto.

La influencia que ejercen las autoridades en el desarrollo de la parroquia influye en el comportamiento de los habitantes, se dieron a conocer que un 85% manifiestan que siempre, el 12% algunas veces y nunca un 3%, afirmando que la capacidad que

tienen las autoridades incentiva el desempeño de la población mejorando la calidad de vida.

Se debe considerar además la influencia que tienen actualmente las autoridades de la parroquia en el desarrollo local, la influencia sobre los habitantes para considerar mantener sus tradiciones, manifestaciones culturales y costumbres, hacen que las actividades cotidianas de los habitantes de Picoazá aviven y mantengan el patrimonio y legado cultural de los asentamientos que se realizaron en esta zona.

Gráfico 5. Picoazá mantiene las costumbres religiosas ancestrales.



Fuente: Trabajo investigativo, Habitantes de Picoazá
Elaborado por: Autor.2016

Picoazá es muy reconocida por las costumbres religiosas católicas, se consideró esta pregunta para conocer como si mantienen las costumbres religiosas, a lo que respondieron los encuestados que el 86% mantiene las costumbres mientras el 14% en algunas ocasiones participa de los eventos religiosos y costumbres ancestrales.

Una de las actividades familiares que se ponen de manifiesto en las conversaciones con representantes de la zona es que se transmiten las creencias religiosas y las tradicionales leyendas de la zona, esto como manifestaciones culturales en fiestas de San Pedro y San Pablo, en los Gobiernos de Blancos y los Gobiernos de Negros, que se encienden, realizan y concentran la mayor parte de los actos en la plazoleta del parque central, como los personajes religiosos más arraigados en la cotidianidad de los Picoazos, siendo los meses entre junio y agosto de cada año los esperados para la reverencia a los santos, iniciando con la reverencia a los santos que se ubica en los lugares más irregulares de las colinas que rodean Picoazá, desde allí las contemplaciones al centro de la comunidad han de descansar a sus pies las velas encendidas sobre un piso o tela metálico, con hendiduras para introducir monedas o billetes, convirtiéndose en los recaudadores ambulantes durante todo el año, para financiar las manifestaciones culturales y los festejos.

El festejo de San Pedro y San Pablo, es muy conocido, pues una manifestación de dos bandos o grandes grupos, que conforman la Republica de los Blancos y la Republica de los Negros, donde se elige el gabinete que los presidirá durante un

año, estos cargos pueden llegar a generar las disputas entre los miembros, llegando al final con las plegarias y la devoción a los santos.

Picoazá, presenta algunos patrones de ocupación del espacio, que expresan diferentes modalidades de organización del tramo urbano, podemos decir que alrededor de la Loma del Calvario, se asienta la Capilla, la iglesia principal y la plaza central, alrededor del cual se agrupan las casas, con modelos tradicionales e influencia de modelos de la ciudad capital, Portoviejo.

Por otro lado, la observación del crecimiento poblacional es en lugares cercanos al cerro Jaboncillo y de preferencia en la planicie, las vías de comunicación interna mantienen una relación entre el espacio y la ubicación de los usos y destinos de comercio del sector.

Los grados de vínculos de grupos familiares, a los modos de comportamiento modernos pueden constatarse en las familias que se consideran más antiguas, vinculadas a las actividades menos rentables: pequeños agricultores, vendedores ambulantes, loteros, comerciantes informales en general. A medida que se observa el comportamiento en el centro más poblado los vínculos a conservar y reproducir estas manifestaciones son muy frecuentes los grupos tradicionalistas propios de la región costa, y con tendencias variables.

En las calles de Picoazá, es el espacio adecuado para el encuentro entre familiares y amigos, durante períodos breves o momentos de horas, además de constituirse en un lugar de trabajo o lugar propicio para el secado de cacao, maíz entre otros productos de la zona.

Hace años atrás las casas tipo fueron de caña enquinchada instalada sobre estructuras de madera, de las cuales se conservan muy pocas, en la actualidad, las casas planta baja están siendo reacondicionadas, debido a la ampliación por nuevos miembros o reemplazo de material básico, además de mejorar la apariencia para los negocios en el caso de casa en el centro de la parroquia.

Dentro del plan del Buen vivir, se requiere de ciertas fortalezas para la planificación de los proyectos, lo que conlleva a la capacidad técnica y de gestión de proyectos productivos, gestión de los integrantes, integración de profesionales, equipos de trabajo de apoyo, la gran motivación de los integrantes por culminar los proyectos emprendidos, y por la continuidad del grupo, la inclusión del grupo para las tomas de decisiones, y la oportuna distribución de la información, servirá para cada uno de las fases del proyecto.

Los comportamientos observados se originan de situaciones diversas cuando hombre o mujer de la zona, presenta demandas de atención que entran en colusión con la disponibilidad de recursos reducidos por los compromisos de los gobiernos locales, déficit económico, entre otros.

De la misma forma que existen causas diversas que conducen a la formación dispareja, varían sustancialmente la forma de enfrentar situaciones a nivel del grupo familiar. Además de la potencialidad de factores objetivos como la posición material y las formas de ingresos, intervienen la carga subjetiva, que acompaña a los procesos que se viven en los hogares.

El estudio de la problemática, sugiere entender dialécticamente la lógica objetiva-subjetiva de los fenómenos económicos históricos y los contextos ideológicos-culturales que actúan a nivel macro y micro. No todas las familias organizan la vida familiar de igual forma, sino que están condicionados por el ambiente cotidiano, de ahí la pertinencia de mantener y escalar en las particularidades culturales que marcan pautas, socializan patrones y normalizan conductas.

CONCLUSIONES

El enfoque de proyectos a futuro, es la generación de innovaciones que contribuyen a cerrar brechas sociales, económicas, políticas, culturales, nutricionales (alimentos con mayor contenido nutricional, posibilidad de diferenciación de productos en base a su aporte a la salud, diversidad de las dietas, mejoras en la utilización de semilla, entre otras).

Para comprender la naturaleza social de los sujetos es adecuado conocer la diversidad de formas en el comportamiento de formas que surgen y desenvuelven, pero la realidad en la sociedad, es una complejidad por la constante reelaboración y dinámica. Pudiendo aparecer limitaciones u obstáculos para cada actor en la sociedad, como un ente social, lograr una conciencia y subjetividad que lo lleven a visualizar alternativas progresistas al futuro.

El comportamiento dentro de la familia es básico en todo individuo, ya que provee a sus miembros de una estructura de creencias, valores actitudes y normas de conducta que dirigen las actividades de sus miembros, en Picoazá la relación de sangre es muy evidente considerando que en la misma manzana existe un variado grado de consanguinidad entre individuos, además entre individuos, conforman una unidad de vivienda y de consumo sin necesidad de estar unidos por lazos de sangre, matrimonio o adopción que tienen diferentes sinónimos.

Los habitantes de Picoazá forman uno de los colectivos humanos más representativos del cantón Portoviejo, esto condicionado con su conducta, que está dirigido en ocasiones por las acciones de los grupos, la formación de valores generales o específicos, actitudes o comportamiento que satisfagan las funciones fundamentales: de la socialización de sus miembros, y la imposición de las normas del comportamiento y el auto-concepto de una organización en el sector.

Los aspectos sociales del sector; podemos considerarlos como individuos que ocupan posiciones iguales en la sociedad, con manifestaciones de criterios, y estilos de vida similar, así en la zona se considera la homogeneidad y solidaridad intra-estratos, considerada por una amplia lista de factores.

Las formas de solidaridad, reciprocidad, conjuntas es una de las constantes en el sector, juntas para resolver la urgente necesidad de contar con el apoyo familiar y económico, así como también la unión al momento de las fiestas tradicionales como es la de San Pedro y San Pablo, Fiestas de Carnaval, Fiestas Navideñas.

Dentro de las manifestaciones se están realizando actividades para la transmisión de saberes del tejido tradicional del sombrero de paja toquilla, como parte de las costumbres que realizaban los habitantes de esta zona, haciendo de esta tradición

una actividad atractiva para crear el ámbito de exportación, la capacidad de producción y ser más competitivos, así como considerar una nueva generación de tejedores y mantener esta ancestral tradición.

Debemos considerar que en la actualidad factores como el turismo, que está ligado a las condiciones de vida de las personas, y es derecho fundamental de las personas sin restricción de credo, ideología, raza, política, condición social, el turismo se ha convertido en Picoazá una de las actividades para incentivar los destinos turísticos que están posicionándose en el mercado como el cerro Jaboncillo y museo, como fuente de ingresos en su balanza comercial.

Los picoazos, se identifican con su lugar donde viven, mantienen arraigados los valores culturales, sociales, comparten sus costumbres y tradiciones para los diferentes procesos generacionales, cada vez organismos gubernamentales y no gubernamentales están tratando de inculcar en los jóvenes las costumbres y hábitos culturales para mantener la identidad de los picoazos.

Literatura citada

- Alarcón Ortiz, D; Freire Cruz T. (7 de Enero-Abril de 2012). Mejora del desempeño en el trabajo en equipo como función de las dimensiones culturales: solidaridad y sociabilidad en el comportamiento organizacional. Recuperado el 8 de Agosto de 2016, de Redalyc: <http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=78223430002>
- Calderón. G; Cuartas Castaño J; Alvarez G; Claudia Milena. (2009). Transformación organizacional y prácticas innovadoras de gestión humana. INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 151-166.
- Chiavenato I. (2009). Gestión del talento humano. Bogota-Colombia: Mc Graw Hill Interamericana.
- Ecuadorian Hands. (18 de Junio de 2014). Ecuadorian Hands.com. Recuperado el 22 de Febrero de 2016, de Ministerio de Cultura implementa proyecto de transmisión de saberes del tejido del sombrero de paja toquilla en Manabí: <http://www.ecuatorianhands.com/blog-es/2014/06/18/ministerio-de-cultura-implementa-proyecto-de-transmision-de-saberes-del-tejido-del-sombrero-de-toquilla-en-manabi/>
- El Universo. (4 de Julio de 2010). Fiestas de Picoazá. El Universo, págs. <http://www.eluniverso.com/2010/07/04/1/1447/fiestas-picoaza.html>.
- Gibson, L; Ivancevich, J; Donnelly, J; Konopaske, R. (2006). Las Organizaciones. Comportamiento, Estructura, Procesos. México: Mc Graw Hill Interamericana.
- Gómez H. (12 de Diciembre de 2008). Redalyc.org. Recuperado el 12 de Enero de 2016, de CULTURA ORGANIZACIONAL E IDENTIDAD PRODUCTIVA PROPUESTA PARA EL ANÁLISIS DE LAS ORGANIZACIONES COLOMBIANAS.: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30420469007>> ISSN 1692-3375
- Ickis.J; de Bustamante. C; Fimmen C; Arias.M; Davila C; Martinez.S; Ogliastri E. (16 de Enero de 2009). Redalyc.org. Revista Latinoamericana de Administración. Recuperado el 12 de Octubre de 2015, de Cultura y liderazgo organizacional en 10 países de América Latina.
- INEC. (10 de Mayo de 2010). INEC. Recuperado el 08 de Octubre de 2015, de Información censal cantonal:

- http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es
- INEC. (12 de Octubre de 2011). Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Fascículo Provincial Manabí. Recuperado el 12 de Febrero de 2015, de Ecuador en cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. INPC. (2010). Plan de gestión para la conservación del Cerro Jaboncillo, cantón Portoviejo, provincia de Manabí. En J. Ugalde, J. Rosas, C. Mazón, L. Endara, & E. Aquilar, Memoria Técnica. Tomo I (pág. 20). Portoviejo-Manabí: INPC.
- Lozado L. (13 de Julio-Diciembre de 2013). Impacto de los estilos de liderazgo en el clima institucional del Bachillerato de la Unidad educativa María Auxiliadora de Riobamba. Recuperado el 11 de Octubre de 2015, de Alteridad. revista de Educación ISSN N° 1390-325X: http://alteridad.ups.edu.ec/documents/1999102/5032504/Alt_v8n2_Lozado.pdf
- Medina J. (12 de Febrero de 2011). Revista de investigación de turismo y desarrollo local. Recuperado el 12 de Febrero de 2016, de Eumed.net: <http://www.eumed.net/rev/turydes/09/jam.pdf>
- Mendoza D. (2008). La prostitución en la parroquia urbana de Picoazá, como violencia de Género y su incidencia en la Salud. Manta-Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Resumen Ejecutivo Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Portoviejo. (14 de Diciembre de 2011). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Portoviejo. Recuperado el 13 de Marzo de 2016, de Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Portoviejo: <https://es.scribd.com/doc/109435932/Plan-de-Ordenamiento-y-Desarrollo-Territorial>
- Revista del Patrimonio Cultural del Ecuador . (19 de Noviembre de 2010). INPC. Recuperado el 15 de Octubre de 2015, de Revista del Patrimonio Cultural del Ecuador : <https://revistas.arqueo-ecuatoriana.ec/es/revista-inpc/revista-inpc-2/202-declaratoria-de-patrimonio-arqueologico-cerros-jaboncillo-bravo-la-negrita-de-hojas-y-guayabal>
- Robbins J; Judge T. (2013). Comportamiento organizacional . México - México: Pearson Education .
- Ugalde J. (15 de Mayo de 2012). Recuperado el 19 de Marzo de 2015, de wordpress.com: <https://arqjohnnyugalde.wordpress.com/picoaza/>

008. EL TURISMO Y LA INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL.

Autora:

Mgs. Alicia Jalón de Torbay¹
Universidad Ecotec – Ecuador
ajalon@ecotec.edu.ec

RESUMEN

Este estudio plantea la interpretación del patrimonio cultural como herramienta turística para involucrar al visitante que busca los lugares históricos y patrimoniales, en el conocimiento y comprensión del patrimonio, pues es parte esencial de la interpretación que ésta sea realizada in situ. Partiendo de la interpretación se pueden desarrollar interesantes propuestas turísticas que beneficien a la colectividad local y le permitan acceder con responsabilidad a los sitios patrimoniales y, al mismo tiempo, entregar a los visitantes foráneos una visión importante de los sitios emblemáticos con los que cuenta la ciudad.

Guayaquil tiene múltiples atractivos entre los que se encuentran importantes patrimonios, sitios por los que a veces se circula sin conocer su verdadero valor histórico y patrimonial. Por ello, desde este espacio se propone que muchos de los sitios ignorados, y que al mismo tiempo son patrimonio local, puedan sean incluidos en actividades turístico-culturales, que fomenten el interés por conocer y apreciar esos lugares que recogen el testimonio de una época o de un estilo determinado, para que la ciudadanía se apropie de su patrimonio, pero con un ordenado cuidado, que surja de la correcta interpretación de la herencia guayaquileña. Esto propiciará la valoración y la debida preservación del Patrimonio.

PALABRAS CLAVE: Turismo, Turismo Cultural, Interpretación, Patrimonio Cultural.

ABSTRACT

This study raises the interpretation of cultural heritage as a tourist tool to engage the visitor seeking historical and heritage sites, knowledge and understanding of the heritage, it is an essential part of the interpretation that it is carried out in situ. Based on the interpretation can develop interesting tourist proposals that benefit the local

¹ Licenciada en Historia del Arte, Magister en Educación Superior, Docente titular de la Universidad Ecotec de Patrimonio Cultural, Historia del Arte, Civilización Mundial

community and provide access responsibly heritage sites and at the same time, deliver to foreign visitors an important view of the emblematic sites with which the city.

Guayaquil has many attractions among which are important heritages sites you sometimes circulate without knowing its true historical and heritage value. Therefore, from this space it is proposed that many ignored sites, and at the same time are local heritage, can be included in cultural tourism activities that promote the interest to know and appreciate these places that collect the testimony of an era or a certain style for citizens to appropriate their heritage, but with an orderly care arising from the correct interpretation of the Guayaquil's heritage. This will facilitate the assessment and due care Heritage.

KEYWORDS: Tourism, Cultural Tourism, Interpretation, Cultural Heritage.

INTRODUCCIÓN

La cultura es una necesidad y también un derecho y es indiscutible la utilización de los elementos culturales como parte importante del turismo. Así sucede en la mayoría de los países donde los sitios más visitados por el turismo son sus patrimonios, en especial aquellos que cuentan con patrimonios mundiales. Tanto el Partenón en Atenas, como las Pirámides de Gizah en Egipto, son destinos muy apetecidos por los turistas, como lo son también los más importantes lugares de Europa que son grandes atractivos turísticos y a la vez son patrimonios culturales. Las instituciones pertinentes de cada uno de esos países se encargan de su cuidado y conservación, procurando preservarlas del deterioro.

Con esta práctica se han transformado los grandes patrimonios en productos turísticos, pero al mismo tiempo se ha generado la comprensible preocupación por el impacto que generan las visitas en los sitios patrimoniales y el cuidado que debe existir para su conservación.

El turismo cultural, que es el que se hace hacia los sitios patrimoniales puede también tener un beneficio para la conservación y cuidado de los patrimonios, ya que éstos pueden ser vistos como productos y atractivos turísticos, pero debe evitarse el perjuicio para el sitio. Si existe la intención de convertir el patrimonio cultural en atractivo turístico, es importante dar a estos lugares buenos usos, ya que el turismo debe preocuparse por protegerlos como patrimonios que son.

Generalmente existe el riesgo de que un turismo que se realice en sitios patrimoniales pueda generar deterioro y pérdida del valor del mismo, pero el poner en práctica la interpretación puede ser una solución para superar este problema. La interpretación al Patrimonio local, que debe realizarse in situ, ofrece conocimiento y comprensión del mismo y permite la correcta utilización turística y el debido cuidado de los sitios patrimoniales.

Objetivo General

Valorar la interpretación del Patrimonio Cultural en el desarrollo del Turismo Cultural

Objetivos Específicos

Analizar diferentes posturas sobre Turismo Cultural

Destacar la importancia de la Interpretación del Patrimonio Cultural

Proponer el uso de la Interpretación del Patrimonio Cultural en el desarrollo del Turismo Cultural.

Metodología

Este estudio ha sido realizado con un método cualitativo y de estudio y de confrontación de bibliografía y casos, en el que se describen las posturas frente al tema y se recogen las posibles aplicaciones prácticas para la efectiva utilización del Turismo Cultural y su complementación con una adecuada interpretación del Patrimonio Cultural.

DESARROLLO

Este estudio pretende analizar las posturas existentes acerca del turismo que se hace a los sitios culturales y patrimoniales y sugerir la interpretación del Patrimonio Cultural como una posible solución a los riesgos que puede tener la práctica turística, ejercida sin la correcta interpretación, ya que esta práctica conduce al debido cuidado y conservación de los bienes patrimoniales, para lo cual es importante revisar los conceptos sobre Turismo Cultural y sobre Interpretación del Patrimonio Cultural.

Patrimonio Cultural

Se entiende como Patrimonio Cultural al conjunto de creaciones y manifestaciones realizadas por un pueblo a lo largo de su historia, las mismas que los diferencian de otros pueblos y le dan su identidad. También es una herencia que se preserva y transmite de generación en generación.

“La Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural de la UNESCO, aprobada por la Conferencia General de París, en 1972, determina como Patrimonio Cultural: “los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un Valor Universal Excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia,
los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un Valor Universal Excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia,
los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un Valor Universal Excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico (UNESCO, unesco.org).

En 1982, en la Convención de la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales, celebrada en México, se determinó el Concepto de Patrimonio Cultural así:

“El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan un sentido a la vida. Es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo: la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte

y los archivos y bibliotecas. 24. Todo pueblo tiene el derecho y el deber de defender y preservar su patrimonio cultural, ya que las sociedades se reconocen a sí mismas a través de los valores en que encuentran fuente de inspiración creadora”. (UNESCO, http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf).

La ley ecuatoriana declara como bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural del Estado: “los monumentos arqueológicos muebles e inmuebles, objetos de cerámica, metal piedra o cualquier otro material perteneciente a la época prehispánica y colonial, ruinas de fortificaciones, edificaciones, cementerios y yacimientos arqueológicos en general.....Templos, conventos, capillas y otros edificios que hubieren sido construidos durante la colonia; las pinturas, esculturas, tallas, objetos de orfebrería, cerámica, etc....los objetos o bienes culturales producidos por artistas contemporáneos laureados....” (ecuatoriano).

Ecuador cuenta con varios Patrimonios de la Humanidad, entre culturales, naturales e inmateriales. La primera ciudad, a nivel mundial, que fue declarada Patrimonio por la UNESCO, fue la ciudad de Quito. Otra Ciudad Patrimonial es Cuenca y entre los naturales están las Islas Galápagos y el Parque Nacional Sangay. Aparte de ello a nivel nacional existen 22 ciudades patrimoniales y luego a nivel local cada ciudad cuenta con sus patrimonios y tradiciones. Tiene el País una extensa lista de patrimonios intangibles, algunos de ellos reconocidos a nivel mundial, pero muchos otros que son apreciados a nivel nacional y local. A esto se agregan muebles, obras de arte, monedas, reliquias y objetos variados que enriquecen el inventario ecuatoriano.

Todos estos patrimonios, tanto tangibles, como intangibles, han sido construidos por una sociedad y una cultura que ha estado atenta a los signos del tiempo y que han legado a las distintas generaciones el testimonio de su paso por esta tierra, los mismos que no deben mantenerse inertes, sino participar activamente en el acontecer de cada ciudad, generando conocimiento y aportando a los habitantes su debida identidad, por medio del conocimiento y comprensión de los mismos, que deben ser asumidos en su magnitud.

Turismo Cultural

Existe el criterio de que la mayoría del turismo tiene un interés cultural y en los casos en que las visitas turísticas no fueron planificadas con fines culturales, estando en el país o ciudad, las personas demuestran su interés por conocer los sitios patrimoniales. Al respecto, en el artículo El Patrimonio cultural como opción turística, la Dra. María José Pastor Alfonso (Pastor, 2003) sostiene que “el turismo siempre ha tenido un aspecto cultural”, pues las motivaciones iniciales del turismo han sido conocer lugares históricos y enfatiza que el sistema turístico debe considerar tanto a los visitantes como a los visitados o receptores procurando el bienestar de ambos y evitando los impactos negativos que la práctica turística puede producir.

Esto es fácilmente constatable ya que es evidente el interés turístico por conocer todos los elementos identitarios del sitio que se visita, como son sus principales lugares, sus

museos, su arquitectura, sus producciones artísticas, sus tradiciones, su gastronomía, la artesanía que producen.

La Dra. Margarita Barretto, en el Libro Turismo y Cultura (Barretto, 2007) , en el Capítulo Patrimonio, Gentrificación y Turismo, asegura que desde la segunda mitad del siglo XX “existe una demanda sin precedentes por lugares históricos por parte de los turistas”, significando el apetito de muchos viajeros por conocer lugares históricos, lo que deriva en turismo patrimonial o turismo cultural. En el mismo capítulo también asevera que el turismo cultural ha sido de beneficio para el sitio al constituirse en “factor de revitalización, de afirmación cultural y económica”, recordando que existen muchos sitios que habiendo sido declarados patrimonio, han estado a punto de ser demolidos con el afán de modernizarse y que ha sido la demanda turística la que ha impedido tales destrucciones.

La arquitecta colombiana Olga Pizano Mallarino en su estudio sobre Patrimonio Cultural y Turismo (Pizano), hace un extenso análisis sobre la relación entre el Patrimonio Cultural y el Turismo y la constante preocupación por la conservación de los sitios patrimoniales, tema que se ha discutido desde hace muchísimos años y que ha sido motivo de múltiples reuniones, una de las cuales dio como resultado los acuerdos que se tomaron y que constan en las Normas de Quito de 1967. Recuerda la Arq. Pizano que en los años siguientes subsistió la preocupación por esta conservación y por el uso turístico que se da a los sitios patrimoniales, pero que en la actualidad la interrelación de ambos segmentos es dinámica y que la “sostenibilidad del patrimonio cultural en el marco del desarrollo económico y social se concibe principalmente relacionada con el turismo”, pero no deja de advertir que si bien es cierto que esta combinación ofrece a ambos oportunidades, también se prevén potenciales conflictos.

Son múltiples las preocupaciones por los riesgos que sobre un bien patrimonial puede tener el turismo, como advirtió el Dr. Jordi Tresserras (Tresserras, 2013) en su ponencia en el Seminario Internacional “El patrimonio cultural, un aporte al desarrollo endógeno” en la Universidad Andina Simón Bolívar en Quito, titulada “El uso del patrimonio cultural para el turismo cultural: una mirada desde la comunidad para el desarrollo endógeno basado en un turismo sostenible y responsable”, en el que manifiesta la preocupación por los resultados del turismo cultural, principalmente el comunitario y advierte que se pueden generar efectos negativos, por lo que aboga por “medidas de sostenibilidad cultural”, planteando como objetivo del turismo cultural relacionado con el patrimonio, que se planifiquen políticas para salvaguardar, conservar y valorar el patrimonio, al mismo tiempo que se generen servicios para consolidar los destinos patrimoniales.

A pesar de que existen voces de preocupación al respecto, también hay posturas que miran al turismo cultural como beneficioso. Una de ellas es la de la Dra. María José Pastor Alfonso (Pastor, 2003), quien ve como positivo que los turistas se acerquen al patrimonio cultural, siempre que se haga uso de algunas “acciones que potencien la asimilación” del patrimonio, con el fin de que el colectivo visitante comprenda la identidad de sus ciudadanos y que éstos, en cambio, se preocupen por cuidar lo que, si no existieran estas visitas, se mantendría olvidado o descuidado.

Lo prudente será dar al turismo cultural un adecuado uso que brinde los debidos beneficios, pero que evite los problemas que pueden derivar de un inadecuado o abusivo uso del patrimonio.

No deja de generarse una disyuntiva entre el conservacionismo y el uso del patrimonio como herramienta turística. Existen patrimonios que sirven para la contemplación, como puede ser el caso de esculturas, ciertos monumentos o pinturas, pero además están los integrados a la vida urbana y por los que se transita. En ese sentido existe también la idea de que el patrimonio debe ser apropiado por la población local, convirtiéndolo en patrimonio útil y al mismo tiempo socialmente rentable.

De allí la idea de darle los usos adecuados que generen su cuidado y conservación y esta tarea la puede llevar a cabo también el sector turístico, colaborando con el instituto regulador y encargado de los patrimonios. Por eso la importancia de que las propuestas turísticas sean interpretativas, en beneficio de los patrimonios.

Con esta premisa no se debe temer la transformación de los patrimonios en atractivos turísticos. Por el contrario, con el uso turístico adecuado se le puede dar a los patrimonios un valor agregado, que además, en muchos casos, proporciona ingresos. En este caso lo importante también es que los ingresos generados sean utilizados en beneficio de los mismos patrimonios y de manera proporcionada.

A este respecto se refería el Museólogo argentino Carlos Fernández en una entrevista sobre Turismo y Patrimonio, gestión, protección, producto turístico. El manifiesta estar en el medio de la posición entre conservacionismo y uso del patrimonio como producto turístico, pidiendo que el ente turístico demuestre que éste cuida y genera beneficios para el patrimonio. Aquí el pone el ejemplo de que las cataratas de Iguazú, que son un gran atractivo turístico, no se manejan pensando en la conservación del recurso (Fernández, 2014).

Considera, el Museólogo mencionado, al patrimonio como una cuenta bancaria y que debe ser manejado para que sea sostenible y dé ganancias y sea también beneficioso para la gente, no como un ente estático sino que sirva para ser usado, pero no explotado. Destaca además que siempre se debe pensar en el futuro con relación al patrimonio. Y una cosa importantísima que destaca el entrevistado, es que una mirada externa, o sea turística, puede significar una revaloración del lugar, lo que abona en beneficio del turismo, pues se da el caso, en muchos sitios, que la población local no conoce su propio patrimonio. Considera que el encuentro con el patrimonio genera una empatía al acercarse a las personas con el patrimonio, ya que la experiencia directa que se puede producir por la gestión turística genera una conexión con el patrimonio (Fernández, 2014).

Con los antecedentes mencionados se propondrá a continuación la Interpretación del Patrimonio Cultural para el debido uso de los patrimonios en el plano turístico.

Interpretación del Patrimonio Cultural

Una disciplina aplicada al Patrimonio Cultural es la Interpretación del Patrimonio, cuyo objetivo es la conservación del mismo, pero debe ser explicada de manera eficaz para el debido entendimiento del espacio-temporal al que pertenece, con el fin de conseguir la debida apreciación y utilización del sitio patrimonial.

El Consultor y Formador en Interpretación del Patrimonio, Dr. Jorge Morales Miranda, en el texto Ideas para la formación "esencial" en Interpretación (Morales, Ideas para la formación "esencial" en Interpretación, 2008), luego de hacer un recorrido por los distintos conceptos que han definido a la Interpretación del Patrimonio Cultural a través de los años, propone, bajo el título "En la década actual planteamos "hacer pensar" al visitante, para conseguir actitudes positivas hacia el Patrimonio" la siguiente definición:

"La interpretación del patrimonio es un proceso creativo de comunicación estratégica, que ayuda a conectar intelectual y emocionalmente al visitante con los significados del recurso patrimonial visitado, para que lo aprecie y disfrute" (Morales, Ideas para la formación "esencial" en Interpretación, 2008)

Explica el concepto el Dr. Morales refiriendo que propone la Interpretación del Patrimonio como un proceso porque éste tiene varias etapas secuenciales y al mismo tiempo es comunicación estratégica porque persigue objetivos que sirvan para el disfrute de los visitantes y de la conservación del patrimonio.

El artículo mencionado propone además que se definan las Competencias Profesionales en Interpretación, con una debida cualificación profesional, que va más allá del Guía de turismo.

En base a lo expuesto y a la diferenciación hecha, el presente artículo considera apropiado que se combinen las procesos de guianza con las debidas técnicas para la interpretación, pudiendo reunir el guía turístico ambas características, luego de una apropiada preparación.

Al darse la práctica de turismo cultural unido a la interpretación del Patrimonio, ésta se realizará in situ que, según los entendidos en el tema, es la manera más apropiada de realizar una interpretación y al mismo tiempo la más beneficiosa.

En el artículo "La Interpretación, en su acepción de comunicación atractiva in situ" del Dr. Jorge Morales Miranda (Morales, La Interpretación, en su acepción de comunicación atractiva in situ, 2004), reproduce la definición dada a la Interpretación del Patrimonio por parte de la Asociación para la Interpretación del Patrimonio en España, la misma que dice textualmente:

"el arte de revelar in situ el significado del legado natural o cultural, al público que visita esos lugares en su tiempo libre".

Al estar los visitantes en su tiempo de ocio, dice el Dr. Morales, que "el nivel de atención es muy bajo", por lo que la interpretación debe contener ciertas actividades que permitan que la Interpretación sea efectiva. Para ello propone que ésta:

- “a) atraiga y mantenga la atención del visitante
- b) éste entienda y retenga cierta información
- c) que gracias a esa información el visitante adopte una actitud positiva

d) y se observe en él un cambio permanente de comportamiento” (Morales, La Interpretación, en su acepción de comunicación atractiva in situ, 2004).

Es innegable que los patrimonios, a nivel local, nacional, e internacional, son verdaderos objetivos turísticos y que ofrecen ventajas por un lado, mientras por el otro presentan el problema de los impactos negativos que pueden afectar su conservación.

Como todo lo relacionado con la comunicación, es posible que la interpretación sea tan antigua como la tradición oral que nos transmitió inicialmente la historia. Así lo recuerda el Arq. Marcelo Martín, en el artículo Patrimonio y Sociedad. Interpretación y otras cuestiones en la planificación turística de las ciudades monumentales (Martín, 2004), en el que hace un intenso análisis de lo que significa la Interpretación del Patrimonio e integra también la parte turística en relación con el Patrimonio, haciendo largo análisis entre los que podemos destacar el hecho reconocido por él de que “el turismo ayuda a los residentes a comprender mejor el lugar en que viven, trabajan y se divierten” y recomienda “crear claves interpretativas” para conocer mejor e incluso apropiarse de los lugares, pues sin esos elementos el patrimonio permanecerá estático y mudo. Por ello recomienda que se efectúe una gestión “mediadora entre el Patrimonio y la sociedad”, que contemple “investigar, conservar y difundir”.

Todo elemento histórico tiene una dimensión dinámica, pues en el presente se lo recuerda, se lo estudia, se lo reconstruye, pero ese presente no queda anclado, sino que va a ser historia o tradición en un futuro, ya no a muy largo plazo, como ocurría hasta ayer, sino a mediano y corto plazo, dado el movimiento de la vida global moderna.

Es por tanto interesante y deseable obtener una buena formación para poner en práctica la debida Interpretación, que no se concrete sólo en información del sitio, como podría ser una explicación dada por el guía turístico sobre el lugar, sino que el profesional debe utilizar estrategias y herramientas que despierten interés y que luego den como resultado el debido respeto y aprecio de parte de los visitantes a un sitio patrimonial.

Dando a la preparación en Interpretación la justa dimensión que tiene en el contexto cultural y turístico, el Arq. Martín, la menciona como una disciplina que:

“tiene especial sentido y cabida en el desarrollo de las estrategias de diseño de productos turísticos, pues es el proceso de comunicación con los turistas y visitantes, que les presenta, explica o revela el significado del lugar que visitan, en términos generales o en aspectos particulares del mismo, y siempre de una forma amena, sencilla y efectiva” (Martín, 2004).

Propuestas de Turismo e interpretación del Patrimonio Cultural en Ecuador

La estudiante de la Universidad Central del Ecuador Paula Andrea Baquero, hizo su Tesis para la obtención de su licenciatura en Turismo Histórico y Cultural, "Interpretación del centro cultural metropolitano de Quito como Patrimonio Cultural y su puesta en valor como itinerario turístico histórico cultural" (Baquero, 2015), en la que elabora propuestas turísticas que recuperen la memoria histórica del Centro Cultural Metropolitano, basada en estrategias que pongan de manifiesto todos los procesos de los que ha sido testigo este Centro y sus dependencias desde su fundación en el Siglo XVI.

La Lcda. Baquero usa, como estrategia principal para realizar la Interpretación del sitio patrimonial, la teatralización de los hechos que se dieron en el lugar, en la seguridad de que la visualización de los acontecimientos históricos puede ser más efectiva para grabarse en la memoria de los visitantes, unido a la guianza correspondiente que haga posible la comprensión de la historia. Además de la propuesta de la narración escenificada, ella propone en su tesis un guión completo para la representación artística que puedan realizarse con la participación de los estudiantes de la Facultad de Teatro de la Universidad Central, dentro de la cual incluye además actividades lúdicas para el mayor interés y comprensión de los visitantes.

Para obtener su título de Licenciada en Ecoturismo la Lcda. Carolina Elizabeth Alarcón, de la Universidad Central del Ecuador, presentó la tesis Estudio De Factibilidad Para La Creación De Un Centro De Interpretación Del Patrimonio Histórico De La Ciudad De Riobamba, Provincia De Chimborazo (Alarcón, 2013), cuyo principal objetivo es la interpretación del Patrimonio histórico de Riobamba. Partiendo de la evolución histórica-cultural de esa Ciudad recorre la sucesión de hechos culturales de los distintos sectores y distintas épocas allí asentadas en, desde épocas pre-hispánicas, partiendo del Paleo indio, pasando por la colonial y la republicana, hasta nuestros días recordando situaciones y personajes destacados y señalando los muchos sitios emblemáticos con los que cuenta esta Ciudad a la que denomina "ciudad de las primicias" por los muchos hechos históricos de los que ha sido protagonista y que figuran en la tesis. Luego propone diferentes guiones para la interpretación de las distintas etapas, los que serían interpretados en las distintas salas con las que estaría equipado el Centro. Entre los elementos para la interpretación utiliza variados recursos: dioramas, videos, audios, paredes, maquetas, exhibiciones interactivas, entre otros. Al mismo tiempo propone el uso de banners y vallas para la promoción y difusión del Centro de Interpretación.

Util e interesante la propuesta precedente de la creación de un Centro de Interpretación para comunicar la rica historia conservada en sus monumentos y personajes. Así como éste pueden existir otros Centros de Interpretación, aunque se alojen bajo otros títulos, como sugiere el Dr. Jorge Morales e su artículo ¿Centros de Interpretación? (Morales, Carpeta informativa del Centro Nacional de Educación Ambiental , 1999), quien cree que el nombre no sugiere nada al público que no conoce de lo que se trata la interpretación del patrimonio, por lo que sugiere que la palabra sea utilizada "puertas adentro". Lo que significa que aunque el sitio lleve otro nombre, la interpretación sea realizada para cumplir con los objetivos propuestos.

Las dos tesis mencionadas contienen propuestas importantes que ofrecen trabajos multidisciplinarios integradores para las dos áreas de las que se ocupa este estudio.

Conclusión

Con el estudio precedente se valora la interpretación del Patrimonio Cultural y se aprecia claramente la relevancia de su aplicación en el uso de los Patrimonios dentro del turismo cultural.

Se destaca lo importante que es la preparación en la práctica de la Interpretación a fin de, además de poner en valor los sitios patrimoniales y procurar el debido cuidado, no sólo para la conservación de los sitios, sino también para que se cree una empatía entre el visitante y los patrimonios, generando la correcta conservación de toda la herencia cultural con la que cuenta el País.

Se pueden diseñar proyectos turísticos que contemplen la visita a sitios patrimoniales guiados por personas debidamente capacitadas para efectuar al mismo tiempo el proceso de guianza y la interpretación del sitio.

Son múltiples los lugares en el País que pueden ser sujeto de esta práctica y, a nivel local, Guayaquil cuenta también con muchos espacios a los que acuden permanentemente tanto la ciudadanía, como los visitantes foráneos. Además de las habituales, existen también otras localidades a donde se puede desplazar el ciudadano y el turista para recrear la historia de la Ciudad. Hay muchos lugares arquitectónicos por donde se transita diariamente, sin reparar en sus cualidades, así como monumentos y esculturas ubicadas en plazas, a las que la ciudadanía se acostumbra a mirar, pero en su gran mayoría, no conoce la historia del sitio o del personaje. Con la aplicación de una debida interpretación se otorgaría sentido a estos interesantes sitios y se permitiría al receptor conocer lo que hasta entonces estaba oculto dentro del patrimonio. Se logrará entonces darle a los patrimonios su justo valor y dimensión.

Bibliografía

Alarcón, C. E. (2013).

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2760/1/23T0353%20CAROLINA%20ALARCO>

N.pdf. Recuperado el 9 de Agosto de 2016, de

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2760/1/23T0353%20CAROLINA%20ALARCO>
N.pdf

Baquero, P. A. (2015). *<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/6150>*. Recuperado el 2 de Agosto de 2016

Barretto, M. (2007). Patrimonio, Gentrificación y Turismo. En M. Barretto, *Turismo y Cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas*. (págs. 103 - 124). Tenerife - España: Asociación Canaria de Antropología. Pasos, revista de Turismo y Patrimonio Cultural.

ecuatoriano, E. (s.f.). *Ley de Patrimonio Cultural*. Recuperado el 16 de Agosto de 2016, de http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/ecuador/ec_leypatrcult1979_spaorof.pdf.

Fernández, C. (2 de Julio de 2014). Turismo y Patrimonio, gestión, protección, producto turístico. (O. Merlo, Entrevistador) www.youtube.com/watch?v=BrWTzDR39oM.

Martín, A. M. (Junio de 2004). http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316766916_MMartin.pdf. Recuperado el 18 de Agosto de 2016

Morales, J. (1999). *Carpeta informativa del Centro Nacional de Educación Ambiental*. Recuperado el 18 de Agosto de 2016, de <http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/docs/docs/CentrosdelInterpretacion.pdf>: <http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/docs/docs/CentrosdelInterpretacion.pdf>

Morales, J. (Junio de 2004). *Portal Iberoamericano de la Gestión Cultural*. Recuperado el 8 de Agosto de 2016, de www.gestioncultural.org

Morales, J. (Diciembre de 2008). *Ideas para la formación "esencial" en Interpretación*. Recuperado el 18 de Agosto de 2016, de http://www.magrama.gob.es/en/ceneam/articulos-de-opinion/2008_12morales_tcm11-141803.pdf

Pastor, M. J. (2003). <http://www.scielo.br/scielo>. Recuperado el 9 de Agosto de 2016, de <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832003000200006>

Pizano, O. (s.f.). *PROCULTUR. Corporación para la promoción cultural y turística del Ecuador*. Recuperado el 10 de Agosto de 2016, de <http://procultur-ecuador.blogspot.com/2013/03/patrimonio-cultural-y-turismo.html>

Tresserras, D. J. (Noviembre de 2013). <https://www.academia.edu/>. Recuperado el 17 de 08 de 2016

UNESCO. (s.f.). http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf. Recuperado el 18 de Agosto de 2016

UNESCO. (s.f.). [unesco.org](http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf). Recuperado el 18 de Agosto de 2016, de <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

009. IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL BOSQUE PROTECTOR CERRO BLANCO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL – ECUADOR.

Autores:

Ing. Mónica Carrión G¹

fernandacarrion2010@hotmail.com

Blga. Gisella Párraga M²

gparraga@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica ECOTEC

Guayaquil – Ecuador

RESUMEN

El presente estudio se realizó para obtener la titulación de la autora en la Universidad Ecotec, bajo el tema: “Impacto de la actividad turística en el Bosque Protector Cerro Blanco de la ciudad de Guayaquil – Ecuador”; en primera instancia se recurrió a revisar literatura pertinente al objeto de investigación, de la misma manera se realizaron visitas in situ para determinar la situación actual del Bosque Protector Cerro Blanco, encuestando a turistas para conocer su apreciación; elaborando fichas de observación que sirvieron para levantar información y elaborar criterios; entrevistas a guías y personal administrativo de la Fundación Pro-Bosque. Con esta información se logró conocer la gestión administrativa en el ámbito turístico, que es muy básica ya que el objetivo principal es la conservación del área natural, lo cual deja a la actividad ecoturística en un segundo plano, por lo que es evidente el deterioro en áreas de recreación y senderos; además la falta de mantenimiento de los mismos hacen poco atractivo el lugar produciendo inestabilidad en la sostenibilidad de la actividad turística. Esta información permitió formular conclusiones y recomendaciones encaminadas a mejorar la infraestructura turística, a integrar más facilidades para el turista y a involucrar a las comunidades adyacentes haciéndolos partícipes de la sostenibilidad del turismo en Cerro Blanco, un sitio natural único con mucho potencial turístico debido a la cercanía de la ciudad de Guayaquil.

Palabras Claves: ecoturismo, turismo sostenible, actividad turística.

¹ *Ingeniera en Planificación Turística de la Universidad Tecnológica ECOTEC. Guayaquil. Ecuador. Especialista en planificación turística.*

² *Bióloga, Master en Gerencia y Docencia en Educación Superior. Docente a tiempo completo en la Universidad Tecnológica ECOTEC. Guayaquil. Ecuador. Especialista en Proyectos de Ecología y Turismo.*

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la actividad turística dentro del Bosque Protector Cerro Blanco gira alrededor de sus atractivos naturales, lo que ha hecho que esta área sea visitada por turistas nacionales y extranjeros, por lo tanto el desarrollo del turismo dentro de esta área protegida, se convierte en una herramienta fundamental para su conservación, además de generar ingresos económicos para la manutención y preservación de áreas y senderos que son objeto de visita, además de contribuir al desarrollo socio económico de las poblaciones que se encuentran alrededor del BPC.

Debido a su importancia natural y a la implacable deforestación a sus alrededores de la cual sigue siendo objeto; 6078 hectáreas fueron adquiridas por la Fundación ProBosque bajo quienes se encuentra actualmente administrada. Cabe recalcar que desde el 9 de Noviembre de 1992 se encuentra amparada bajo la ley de gestión ambiental, pero no se encuentra incluida en la lista del Sistema Nacional de áreas protegidas del Ministerio del Ambiente y Ministerio de Turismo del Ecuador.

A pesar que son varios los problemas que se logran identificar dentro del Bosque Protector Cerro Blanco que a corto o mediano plazo afectan la actividad turística, la pérdida de espacios verdes, la migración y desaparición principalmente de fauna hace que el sitio pierda su interés científico, cultural y principalmente turístico, por lo tanto si bien es cierto el Bosque Protector Cerro Blanco es un área destinada a la conservación del ecosistema de bosque seco tropical con su flora y fauna, se evidencia un deterioro y desaparición del entorno natural donde se desarrollan las actividades turística, ante lo cual es necesario conocer:

- ¿Cuál es la percepción del visitante que ingresa al Bosque Protector Cerro Blanco?
- ¿Cómo se ha visto deteriorado el entorno natural por la actividad turística?

Esta investigación tuvo como objetivo general diagnosticar los impactos que genera la actividad turística dentro del Bosque Protector Cerro Blanco, determinando su situación actual; para la cual se fundamentó el desarrollo del mismo mediante un sustento teórico, mediante elementos presentes en el desarrollo del estudio de caso, determinando los impactos de la actividad turística y de esta manera proponer recomendaciones viables para minimizar los impactos identificados dentro del mismo.

La importancia de esta área natural radica en que es uno de los últimos remanentes de bosque seco tropical de la costa ecuatoriana, ubicándose en el extremo sureste de la Cordillera Chongón Colonche en la ciudad de Guayaquil, Provincia del Guayas. En el año 1989 se declararon inicialmente 2.000 hectáreas de Bosque Protector, actualmente cuenta con una extensión de 6078 hectáreas.

El Bosque Protector Cerro Blanco es considerada una de las áreas naturales más importantes de la ciudad de Guayaquil, hogar del ave más representativa de la ciudad con su nombre científico *Ara ambiguus guayaquilensis*, conocida como papagayo de Guayaquil ; además es hábitat de diferentes especies de flora y fauna representativas de la eco-región endémica Tumbesina, la cual hace que esta área sea un punto de interés para quienes desean realizar actividades de ecoturismo como: senderismo, disfrutar de la naturaleza y principalmente de la observación de aves únicas en el mundo a través del aviturismo.

Es por ello la importancia de identificar los impactos que genera la actividad turística, para así generar una conciencia social y ambiental en el visitante que recorre los senderos y demás áreas creadas para las visitas y la pernoctación dentro del Bosque Protector Cerro Blanco.

Para la realización del estudio y lograr identificar los impactos que genera la actividad turística en el Bosque Protector Cerro Blanco, se hizo uso de herramientas de investigación exploratoria, tanto como descriptivas, mediante trabajo de campo, que consiste en visitas, elaboración de fichas de observación, entrevistas y revisión de material bibliográfico.

DESARROLLO

Con la intención de aportar orientaciones para un turismo sostenible en áreas verdes protegidas, el presente estudio se plantea como investigación exploratoria – descriptiva dado a que se examinan relaciones causa – efecto de manera cualitativa (Bauer), como la descripción de la situación actual del Bosque Protector Cerro Blanco , sus instalaciones y áreas destinadas a la actividad turística y la determinación del impacto que el turismo genera en esta área natural.

En cuanto al diseño de la investigación de campo, está basada en la observación, ejecución de encuestas realizadas directamente a turistas, entrevista a guías y personal administrativo encargado del desarrollo turístico del Bosque Protector Cerro Blanco.

El Bosque Protector Cerro Blanco está situado en la Provincia del Guayas, ubicado en los kilómetros 16 a 25 vía a la costa, en la Parroquia Chongón. El Bosque Protector Cerro Blanco es considerado uno de las mejores áreas de bosque seco tropical ecuatoriano conservado, registrando un total de 54 especies de mamíferos, además de ser considerado como la segunda área de importancia para la observación de aves en el país, hogar del Guacamayo Verde Mayor o Papagayo de Guayaquil, actualmente en peligro de extinción (Zuñiga).

1. Ecoturismo

El Ecoturismo es un término creado para atraer a viajeros amantes de la conservación de espacios naturales, culturales y patrimoniales, siendo en los años 90's donde la Sociedad Internacional de Ecoturismo estableció una definición aceptable: "Es el viaje responsable a zonas naturales que conserva el medio ambiente y mejora el bienestar de las poblaciones locales". (Drumm)

Para de Nature Conservancy³, representa una opción favorable de conservación del patrimonio natural y cultural de los pueblos, promoviendo un desarrollo económico sustentable. Mientras que (Reyes Ávila, 2002), hace referencia al fortalecimiento de grupos vulnerables como lo son mujeres de zonas rurales, empoderándolas y dándoles un rol importante en el cuidado, defensa de la naturaleza.

Según (Wo Ching):

El ecoturismo es una actividad turística que involucra el viaje responsable en áreas silvestres, promueve la cultura y el ambiente del sitio visitado, genera oportunidades económicas, que hace que la conservación de los recursos sea de beneficio para las comunidades locales.

¿Pero cómo se distingue el ecoturismo del turismo de naturaleza o el de aventura? , para ser considerado ecoturismo, éste debe de involucrar:

Tabla 1: Características del Ecoturismo

• Mínimos impactos al medio ambiente.
• Participación activa de las comunidades locales.
• Educación para la conservación.
• Maximizar la derrama económica en la comunidad

Fuente: (Ecoturismo)

Según el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020, el Ecoturismo y Turismo de Naturaleza constan en el portafolio de productos turísticos del país y esta oferta comprende; Parques Nacionales , Reservas y Bosques privados , Ríos ,Lagos ,Lagunas y Cascadas, Observación de flora y fauna.

³ Nature Conservancy: organización sin fines de lucro dedicada a la conservación de la biodiversidad y el medio natural.

2. Turismo Sostenible

Este tipo de turismo conocido como responsable, se caracteriza por ser muy participativo, involucra e informa a los visitantes en los procesos que se realizan para mejorar su experiencia, en actividades que reducen la contaminación como lo es el reciclaje, el ahorro de energía, mejor utilización del agua, reducción del ruido que afecte a la vida silvestre, por otra parte se considera al turismo sostenible como un concepto de gestión turística que anticipa y previene problemas, para no rebasar los límites aceptables de acogida de una determinada área geográfica.

El turismo sostenible en el Ecuador está amparado bajo el programa de Educación y Formación en Turismo Sostenible (Ecuador, PLANDETUR 2020) , que dice que el turismo sostenible es responsabilidad de todos sus habitantes, teniendo en cuenta la importancia del patrimonio cultural y natural que posee nuestro país.

3. Buenas prácticas ambientales para turismo

Entendemos que las buenas prácticas ambientales para turismo son consideradas como “Un conjunto de normas que se encuentran preestablecidas para la corrección o mejoramiento implementadas en las áreas de gestión y operación de empresas turísticas”. (Prezi), y tienen como finalidad la preservación y conservación del recurso turístico, alejando al visitante de tomar acciones en contra del medio ambiente o del área patrimonial que visita.

Además cumplen una función de garantizar el buen desarrollo de esta actividad mediante controles, evitan el tráfico de especies de flora y fauna, el uso de equipos e instalaciones garantizando su seguridad y el buen estado de los mismos, así como también el uso de medidores de agua, el uso necesario de la energía eléctrica, además las buenas prácticas para turismo contribuyen a que los establecimientos prestadores de los servicios turísticos cumplan con normas y certificaciones a nivel nacional e internacional como la norma ISO 14001, que busca reducir los impactos en el ambiente y cumplir con la legislación que se aplica desde el ámbito ambiental.

4. Metodología

Para la obtención de la información se hizo uso de las siguientes herramientas y técnicas de recolección de datos:

Tabla 2: Herramientas para la recolección de datos

Entrevista	Es la comunicación establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas a las interrogantes.
Ficha de Observación	Es un instrumento de la investigación de campo usada para registrar datos que aportan otras fuentes como son personas o lugares donde se presenta la problemática.
Encuesta	Este método consiste en obtener información proveniente de turistas que ingresan al Bosque Protector Cerro Blanco. Se plantearon 9 preguntas cerradas y 1 abierta, a fin de tener resultados mucho más concreto, respecto a lo encuestado.

5. Resultados

Los resultados obtenidos mediante el uso de la ficha de observación fueron los siguientes:

La entrada principal al Bosque Protector Cerro Blanco se encuentra al borde de la carretera Guayaquil – Salinas, lo cual hace que el acceso sea de manera fácil, aunque en el carretero no existe una señalización o letrero que indique el ingreso. Una vez dentro, existe un camino no lastrado el cual se puede acceder caminando o en vehículo, que dirige hasta la zona donde se encuentran los juegos infantiles, zona de camping, centro de interpretación, bar y entrada a los senderos, cabe mencionar que estas visitas están sujeta a horarios de lunes a domingo de 8 am a 4 pm, previa cita, con un costo de \$ 4 dólares adultos y \$ 2 dólares niño.

El área de recreación cuenta con luz eléctrica, se pudo observar un canal con tuberías de concreto lo cual indica que existe alcantarillado, hay agua de los grifos y duchas existentes en el área de camping, cuenta con servicios higiénicos .El servicio telefónico solo se da por medio de teléfonos celulares, y se puede acceder a la red Wi-Fi que proporciona la Alcaldía de Guayaquil.

Toda la estructura que forma parte del centro de interpretación es expuesta y al aire libre por lo cual se ve deteriorada, al igual que los juegos infantiles presentando hasta cierto punto un peligro debido a la falta de limpieza y mantenimiento de los mismos.

No existe venta de souvenirs en esta área , no se observa un puesto de auxilio inmediato en caso de emergencias, y en caso de ocurrir los guías están capacitados para dar los primeros auxilios necesarios y seguidamente proceden a llamar al 911, para que los paramédicos sean quienes den la atención médica necesaria, ya sea ahí o trasladando al visitante al centro de salud más cercano.

Se observa un pequeño bar, el cual se encuentra sin provisión de agua o alimentos, fuera del mismo unas mesas con sillas de plástico y seguidamente tenemos la entrada a los 4 senderos que son el Higuerón , Buena Vista , Mono Aullador , a los que se tiene que ingresar con un guía de interpretación ambiental y el Auto guiado al cual se puede acceder solo, aunque en este último se debe igual mantener el sentido de la orientación ya que en algunas partes del recorrido, principalmente en el regreso es un poco confuso y se podría perder el sentido de orientación porque existe señalización pero esta se encuentra opaca y en algunos casos no se la distingue entre la vegetación.

Cabe recalcar que hasta hace aproximadamente 3 años atrás se mantenía el sendero Canoa que se encuentra en dirección a las oficinas y administración del Bosque y que era muy reconocido por su quebrada principalmente en época de lluvias.

Existe un vivero de árboles y plantas nativas, un centro de rescate y reproducción de fauna que no se encuentra abierto al público, ya que tiene otros fines como la conservación y preservación del bosque.

En cuanto a la información de guías que laboran dentro del Bosque Protector Cerro Blanco, tuve la oportunidad de realizar entrevistas a 3 de ellos indicando, que aproximadamente existen 25 guías activos, muchos de ellos son voluntarios previo a esto reciben capacitación durante 12 días y esta convocatoria se realiza cada dos años, reciben clases y deben rendir y aprobar un examen final teórico – práctico previo la selección.

Muchos de ellos llevan años colaborando de manera voluntaria a pesar de que no reciben capacitación o incentivos económicos por parte de la Fundación Pro – Bosque, la mayoría de ellos estudiantes universitarios de biología, ingeniería ambiental y turismo.

Según la encuesta que se aplico fue la siguiente:

Que la mayoría de turista que ingresa al Bosque Protector Cerro Blanco, son estudiantes del sexo masculino, en un rango de edades que corresponden entre 25 y 30 años generalmente integrados dentro de grupos familiares, grupos de estudio y de trabajo, los cuales indican que han ingresado en más de una ocasión a realizar los recorridos dentro de los senderos para observar la flora y fauna propia del Bosque Seco Tumbesino.

En cuanto a la apreciación del estado de los senderos un 42% de los encuestados califico al sendero recorrido como bueno debido al desgaste del mismo, un 26% lo encontró en un estado regular, y en igual proporción de un 16% calificaron el estado de los senderos entre excelente y muy bueno, y nadie categorizo como malo el sendero objeto de recorrido, teniendo como resultado que el sendero más visitado y atractivo para los turistas fue el Mono Aullador.

En cuanto al estado de la señalización indico como regular en un 58%, que es un porcentaje bastante considerable ; un 19% lo consideran como excelente ,aunque estas personas en su mayoría han hecho el recorrido de los senderos más de una vez y están lo bastante familiarizados como para tener algún tipo de inconveniente; el 13% considera la señalización como muy buena, como bueno el 10% y ninguno de los encuestados encontró considero como mala la señalización o guía ya que forman parte del grupo de personas que han visitado más de una vez estos senderos en el Bosque Protector Cerro Blanco , lo cual genero un estado de inseguridad en el turista encuestado.

A pesar del daño que presentan las estructuras un 71% de encuestados expreso que se sintieron conformes con el conjunto de servicios recibidos , cabe recalcar que para muchas de estas personas quienes ingresan al Bosque Protector Cerro Blanco lo visitan con fines de estudio y observación de fauna , y conocen y están ambientados al lugar .

6. Entrevista

La entrevista fue realizada a la Lic. Tania Ríos encargada del área turística y promoción del Bosque Protector Cerro Blanco, y reclutamiento de nuevos guías ambientales. Para lograr una mejor interpretación del lugar se elaboraron 7 preguntas que se describen a continuación:

¿Cómo nace el Bosque Protector Cerro Blanco?

El Bosque Protector Cerro Blanco se encuentra asentado sobre una enorme extensión de piedra caliza, propiedad de la compañía de cemento Holcim, los cuales por iniciativa propia gestionaron ante el Ministerio de Agricultura emita una resolución que declare 2000 has de Bosque como área protegida esto en el año de 1989. Luego se creó la Fundación Pro Bosque y poco a poco se fue adquiriendo más terrenos , inclusive ha intervenido BirdLife Internacional gestionando fondos para la conservación que hasta la actualidad son 6078 has.

¿Cuándo comienza el desarrollo turístico en el Bosque Protector Cerro Blanco?

Nace aproximadamente en el año 1997 – 1998, donde se crearon los senderos que en la actualidad aún existen, excepto el sendero Canoa ese está cerrado al público debido a que antes existía mucho más flujo de turistas especialmente estudiantes ,y público en general, no habían muchas regulaciones y normas para los visitantes lo cual afecto la

fauna, hubieron robos, por lo cual se decidió cerrarlo y cambiar el área de camping cerca del centro de interpretación ; ya no existe cabaña en ese área y por ende bajo la demanda.

En junio del año 2013 se inauguró una ciclo vía, la cual hubo que también cerrarla ya que no estuvimos preparados y ocurrieron algunos accidentes que no fueron a mayores y se decidió acabar con ese tema, así que nos mantenemos con los senderos, área de camping, centro de interpretación donde se desarrollan festivales de índole cultural y ambiental, área de juegos y un pequeño bar.

¿Cómo cree que se ve afectado el entorno del Bosque Protector Cerro Blanco debido a la actividad turística?

Los senderos a los cuales tiene acceso el turista ya bordean los 20 años y en todo ese tiempo se nota una afectación a la naturaleza, antes se recorría y veía perezosos, monos y con suerte hasta venados, pero en la actualidad no es así, tenemos grupos no tan números y hablo de un turismo especializado como lo son los observadores de aves, ellos tienen acceso a otras áreas no precisamente, las destinadas a los turistas, los cuales prefieren la noche para poder ingresar al bosque, pernoctar y en el silencio de la noche poder apreciar la fauna; Cerro Blanco es un parche en una enorme área deforestada , es por esto que como administración no nos interesa la cantidad, si no la calidad de turistas, amigables y respetuosos de medio ambiente.

Aproximadamente ¿cuántos guías intérpretes de naturaleza se encuentran activos en el Bosque Protector Cerro Blanco?

Hasta la fecha aproximadamente activos hay unos 15 guías, aunque en lista tenemos casi 40, ellos vienen hacen un curso que dura dos semanas y tienen que pasar un examen teórico practico.

¿Reciben algún tipo de capacitación o actualización los guías?

Si, si la hay, pero solo quienes se encuentran activos y comprometidos con Cerro Blanco, inclusive chicos que en su tiempo fueron voluntarios durante años, hoy ya profesionales laboran junto a nosotros.

¿Existe algún tipo de convenio institucional entre centros educativos de nivel primario o secundario o universidades?

Existen mucha más apertura y convenios con fundaciones nacionales e internacionales; a nivel escolar se trabaja en temas de concienciación ambiental, festivales, etc. Con universidades dando apertura a estudiantes a realizar sus pasantías, ese tipo de convenio son los que se dan.

¿Promueve la Fundación Pro Bosque el trabajo comunitario para beneficio de las comunidades aledañas a Cerro Blanco, por medio del turismo?

Se da trabajo a los moradores, como guarda bosques, ellos están encargados de vigilar que no ingresen cazadores o muchas veces, vienen a robar árboles recién plantados, porque tenemos un plan de reforestación de áreas.

Al término de la entrevista cabe recalcar que la Lic. Tania Ríos hizo hincapié en que ellos no promueven un turismo de masas, sino más bien les interesa captar el interés a nivel internacional mediante medios electrónicos, páginas web y blogs especializados, ya que la fortaleza de Cerro Blanco es la observación de aves.

Debido a esto la promoción a nivel local, es mínima y se reduce a la visita de senderos.

CONCLUSIONES

De los resultados obtenidos durante la investigación de este estudio, se concluye:

- El Bosque Protector Cerro Blanco es un recurso turístico único a pocos minutos de la ciudad de Guayaquil, con importantes singularidades naturales, pero durante el tiempo que lleva de gestión no ha progresado, ni mejorado significativamente la infraestructura en bienes y servicios turísticos ofertados.
- El manejo a nivel turístico que ha venido desarrollando el Bosque Protector Cerro Blanco no cumple las exigencias técnicas y normas internacionales para el mantenimiento tanto de las áreas recreacionales como de los senderos.
- Se evidencia serios impactos negativos como: compactación, erosión del suelo, deslizamientos de rocas y tierra en el bosque lo cual representa un peligro eminente para los guías y turistas.
- El creciente desarrollo demográfico a los alrededores del BPCB y la presencia de la Empresa de Cemento Holcim y sus canteras influyen en la contaminación por ruido, gases, perturbación del paisaje, lo cual afecta en la pérdida del entorno, desaparición y migración de aves que es la razón por la cual este bosque es reconocido a nivel mundial.
- La vinculación actual de la comunidad aledaña con la actividad turística proveniente del Bosque Protector Cerro Blanco es nula en relación al número de colaboradores, por lo que la sostenibilidad turística es más difícil de alcanzar.
- Al continuar de esta manera la actividad turística tiende a estancarse.

BIBLIOGRAFÍA

Bauer, Waldemar. *Desarrollo de proyectos de investigación*. Bremen: Universidad de Bremen, 2010.

Bligoo. 28 de febrero de 2016.

<<http://destinosyproductosturisticosdelmundo.bligoo.com.mx/oferta-y-demanda-turistica#.VtReoOvSZMs>>.

Boullón. «Planificación del Espacio Turístico.» Boullón, Roberto. *Planificación del Espacio Turístico*. Trillas, s.f. 44.

Boullon, R. *Turismo rural: Un enfoque global*. México: Trillas, 2008.

Cioe Sampaio, Alberto. «CIET.» 05 de Febrero de 2004. *Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos*. <<http://www.estudiosenturismo.com.ar>>.

Crosby, Arturo y Adela Moredo. «Elementos Básicos para un turismo sostenible en áreas naturales.» Crosby, Arturo. *Elementos Básicos para un turismo sostenible en áreas naturales*. Madrid: CEFAT, 1996. 9,10.

Drumm, A. (2005). *Desarrollo del Ecoturismo* (Vol. I). Arlington, Virginia, USA: The Nature Conservancy. (12 de 04 de 2016). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Factores_bi%C3%B3ticos

Ecoturismo, Kuyimá. 04 de 04 de 2016. 14 de 03 de 2016.

<<http://www.kuyima.com/seco/concepts.html>>.

Ecuador, Ministerio de Turismo del. «<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>.» Junio de 2015.

—. *PLANDETUR 2020*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador, 2007.

Gonzalez, J. 2007. 12 de 03 de 2016.

<<http://www.eumed.net/libros/2011b/956/Producto/turistico.htm>>.

Guayas, Gobierno Provincial del. *Guía turística del Guayas*. s.f. 24 de junio de 2016.

<http://www.definicionabc.com>. 28 de Febrero de 2016.

<<http://www.definicionabc.com/general/sendero.php>>.

- OMT. <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>. 23 de Febrero de 2016.
- Plan Nacional del Buen Vivir. «Plan Nacional del Buen Vivir.» 2013. www.buenvivir.gob.ec. 22 de junio de 2016.
- PLANDETUR 2020. «Ministerio de Turismo.» 2008. www.turismo.gob.ec. 17 de junio de 2016.
- Prezi. <https://prezi.com/bnaekfhxtmap/buenas-practicas-ambientales-en-turismo/>. 29 de Febrero de 2016.
- Reyes Avila, I. *Turismo Sostenible*. Madrid: IEPALA, 2002.
- Riveros, H., Blanco, M. *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local*. Lima, 2003.
- SENPLADES. «Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.» 2012. www.planificacion.gob.ec. 25 de junio de 2016.
- Turismo, Ministerio de. *Ministerio de Turismo*. 2012. 23 de junio de 2016.
- Wo Ching, Ana Victoria. «Manejo y conducción de grupos de Ecoturistas.» Wo Ching, Ana Victoria. *Manejo y conducción de grupos de Ecoturistas*. Mexico: Trillas, 2009. 9-10.
- Zuñiga , Gilda. *Tesis: Descripción y Propuesta de Desarrollo del Área Turística: Puerto Hondo - Cerro Blanco, Vía E 40*. Guayaquil: ESPOL, 2009.

010. LA RACIONALIDAD DIDÁCTICA DE LA PRÁCTICA PRE PROFESIONAL EN EL CURRÍCULUM DE LA CARRERA TURISMO: CONSIDERACIONES PARA UNA PROPUESTA.

Autores:

Lcda. Lila Pilar Hasing Sánchez. MSc.

Lcdo. Víctor Manuel Vera Peña. MSc.

Dra. María Magdalena López Rodríguez del Rey

Resumen

Hace ya varias décadas las prácticas pre-profesionales constituyen un espacio curricular que tiene amplia repercusión en la formación de los profesionales de todas las carreras universitarias, pero en los últimos años, ante la responsabilidad social de la universidad, estas han comenzado a ocupar un lugar importante en el proceso formativo. Las reflexiones más contemporáneas están enfocada a la didáctica en que estas deben sustentarse, sobre todo en busca de un impacto más concreto en la transformación y en la concreción de los objetivos de formación. Los autores, encargados del diseño curricular de la carrera Turismo en la Universidad de Guayaquil, comparten sus consideraciones con el propósito de conseguir un marco común de opiniones respecto al tema desde la cual se pueda fundamentar la racionalidad didáctica de este proceso que se asumen como referente que ya comienza a movilizar el apoyo de profesores y directivos pero que necesita concreción en el currículo de la carrera. En este empeño continúan trabajando los autores.

Abstract

Several decades ago the pre-professional practices constitute a curricular space that has broad impact on the training of professionals of all university careers, but in recent years to the social responsibility of the university these have begun to occupy an important place in the training process. Reflection in recent years is focused on teaching that these must be supported, especially in search of a more concrete impact on the transformation and the realization of training objectives. The authors, in charge of the curriculum of the Tourism career at the University of Guayaquil share their considerations in order to achieve a common framework of opinions on the subject from which to base the didactic rationality of this process are assumed referent and it begins to mobilize support for teachers and administrators but needs concretion in the curriculum of the race. In this effort they continue to work the authors

Palabras claves: currículo universitario, prácticas pre-profesionales, didáctica de la educación superior.

Keywords: university curriculum, pre-professional practices, didactics of higher education.

INTRODUCCIÓN

La formación del profesional universitario a nivel internacional después de la segunda Conferencia Mundial sobre Educación Superior, realizada en París, Francia, en 2009, asume nuevas metas, en este mismo contexto y sentido la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), señala que es importante invertir en ese nivel educativo, porque es la mayor fuerza para construir una sociedad del conocimiento inclusiva y diversa lo cual demanda el vínculo con las ideas de enseñanza, aprendizaje y preparación para el desempeño, lo cual prioriza el desarrollo de las habilidades, valores y competencias profesional en la que se forma. Tal consideración demanda un vínculo directo con la práctica lo cual se evidencia en el papel que se le adjudica a la actividad profesional.

Con este fin las carreras organizan diversos programas de práctica pre - profesionales que tienen marco legal, los convenios inter institucionales desde los cuales se asegura la posibilidad de brindar apoyo para la observación y participación de las actividades productiva o de servicio, así como empodera al estudiante de la responsabilidad de proponer y aplicar propuestas para la mejora o solución de problemas profesionales a nivel local, nacional e internacional, desde los cuales se promueve la responsabilidad y el compromiso de los estudiantes con el desarrollo de su actividad profesional futura.

Autores como (Damm M, 1998) (Moreno de la Rosa, 2011) (Zuñiga Collazo & Castillo Palacio, 2015) fundamentan propuestas orientadas a la formación de los profesionales universitarios para el Turismo, los currículos de las carreras en Iberoamérica se caracterizan por asumir un enfoque estratégico y de calidad, que busca atender las exigencias de competitividad que el mercado local, nacional e internacional asumiendo que, en el contexto global, estos profesionales deben contribuir al desarrollo económico desde la gestión turística, considerada una de las actividades de mayor impacto económico.

Desde esta perspectiva se declara que, al egresar, estos profesionales posean los conocimientos teóricos prácticos que le permitan crear, investigar, planear, organizar, dirigir y administrar de manera eficiente organizaciones dedicadas a la operación turística, mediante el empleo de tecnologías actualizadas y puedan ejercer su actividad con liderazgo, iniciativa, emprendimiento y de servicio hacia la sociedad y los consumidores, lo cual exige que desarrollen habilidades de dirección, solución de problemas y toma de decisiones, con el modelo ecológico..... comprometido en la conservación de los recursos naturales y la protección del medio ambiente. (Hasing Sánchez, 2014)

Las reflexiones en el marco de la formación académica que desarrollan los autores y la actividad profesional vinculada al rediseño curricular permite

presentar en este trabajo las consideraciones que respecto a la racionalidad didáctica de las prácticas pre-profesionales, en las que aparece como regularidades del currículo de la carrera en Iberoamérica, considerándose estas el eje desde el cual articula el proceso formativo en su totalidad. Al respecto se toman decisiones en el contexto del diseño curricular de la carrera en la Universidad de Guayaquil en Ecuador.

DESARROLLO

El discurso acerca de la racionalidad que debe tener la concepción del currículo de las prácticas pre-profesionales se convierte en una vía indelegable para proyectar el cumplimiento de los objetivos de la formación de las unidades de formación curricular, propuesto para cada carrera. En este caso, estas tienden a ser identificadas en tres dimensiones: el aprendizaje de las ciencias y disciplinas (Unidad básica), las áreas de actuación de la carrera (Unidad profesional) y el manejo integral del conocimiento (Unidad de titulación).

En el primer caso (básica) permite presentar una revisión de conceptos que definen el contenido y alcance del turismo y su interrelación con el resto de la malla curricular para fortalecer las competencias del futuro desempeño laboral. En el segundo caso (profesional) se incluyen aquellas pautas que regulan los tiempos, espacios y formas de intervención, estas centran la orientación que tiene las decisiones para los programas. Supone, por tanto, aumentar la capacidad creativa, analítica y emprendedora de los estudiantes para que sean capaces de afrontar la demanda del sector turístico e innovar desde sus realidades y proponer los cambios que la dinámica social y laboral requiere y el carácter proyectivo del desarrollo económico que se avizará en el área profesional de que se trate.

En el tercer caso (Titulación) se regula las decisiones acerca de qué y cuándo Aprender o aplicar lo que se aprende en estos escenarios; rige como centro del proceso de toma de decisiones al comprender que el contenido de la práctica pre-profesional, está directamente relacionado con el saber

profesional que una vez egresado y graduados podrán poner en práctica.

Por tanto, la selección de la dimensión didáctica, que de alguna manera se retroalimenta de las anteriores, especifica la secuencia metodológica de las actividades a desarrollar en estos periodos para cumplir objetivos y asegurar la intervención del estudiante en el área de desarrollo que se ubica como práctica. Es necesaria para el desempeño que se conviertan en contenidos que deben tener un papel importante en su relación con las teorías y políticas que regulan su funcionamiento, incluye además el dominio y aplicación de los métodos de investigación científica.

Luego, el engranaje de estas tres unidades deberá convertirse en la perspectiva de referencia para el diseño de la práctica, los docentes encargados de estos procesos formaran un nivel de rigurosidad en la formación práctica, no siempre conciben el proceso desde las dinámicas que encierra esta posición y consideran que los periodos de práctica pre profesional se limitan a la aplicación e innovación, valorizando las posibilidades de transformar y producir de manera creativas propuestas renovadoras de utilidad para el desarrollo del área en que se desarrollan.

En este aspecto, atendiendo al desarrollo histórico de los modelos de práctica p/p se acentúa la relación entre el conocimiento académico y la práctica profesional que en primer momento se asocia a la aplicación de conocimientos, para luego proceder a las elaboraciones progresivas en la manera de entender este proceso. Incorporando formas más desarrolladoras como entrenamiento, la resolución de problemas mediante proyectos de transformación y la investigación como fuente para generar conocimientos.

En este orden la concepción básica del entrenamiento se apoya en la estructuración y apropiación del comportamiento que asegura la eficacia bajo presupuestos de modelos de buenas prácticas. Por tanto, los programas están basados en el aprendizaje práctico de las técnicas procedimientos y habilidades que se demuestran más eficaces en la actividad profesional para

la cual se forman; el objetivo es la formación de habilidades y competencias directamente observables que se consideran los mínimos imprescindibles para una práctica competente, que se apoya en una serie de destrezas y modo de actuación técnica que regulan las prácticas y que por tanto, deberán ser dominados convirtiendo al estudiante en un modelo de eficacia.

Las críticas a este tipo de programas descansan en su orientación conductista lo que lo lleva a un notable retroceso en su uso sin desestimar que al combinarse con enfoques psicosociales que permitan la reflexión, la justificación de posiciones éticas en los que se fundamenta las acciones y tareas, el entrenamiento puede aportar a la formación en la unidad básica del estudiante, sobre todo de aquello que no poseen una noción previa de su futuro desempeño.

Los programas que se vincula a la solución de problemas, se caracterizan por proponer el uso del conocimiento científico en la práctica al identificar un programa de desempeño para el cual ya han recibido los estudiantes determinados conocimientos teóricos y modelaciones prácticas previas. En este caso los propios estudiantes pueden seleccionar los resultados de investigación que pueden ser utilizados en la solución de problemas o pueden vincularse mediante un proceso investigativo organizado en proyecto al descubrimiento o innovación de tecnologías que puedan contribuir a la solución de los problemas identificados. El resultado de este tipo de programa deberá entonces presentar referencia y validación de nuevas técnicas, procedimientos y conocimientos, pero también puede desde ella generarse.

Por el carácter contextual e incluso individual- grupal que puede tener este tipo de programa no se aplican mecánicamente los conocimientos previos a la práctica y se proyecta el desarrollo de habilidades y modos de actuación más integradores por tanto la actividad del docente constituye una ayuda para comprender y participar en la toma de decisiones. Asimismo, resulta esencial que el estudiante conozca cuáles son las situaciones problemáticas más recurrentes en su actividad profesional, identifique sus causas manifestantes

y domine el procedimiento general para solucionar problemas prácticos en el área de desarrollo en que se forma.

Pero la necesidad de analizar y comprender lo que realmente hacen los profesionales cuando se enfrentan a las situaciones, singulares, inestables y ambiguas de su trabajo cotidiano ha llevado a una nueva concepción de programas de formación de práctica pre-profesional en la formación de la unidad básica: los programas basados en la reflexión, desde y para la práctica.

Este tipo de programa defiende que la actividad profesional, cualquiera que esta sea tiene lugar en situaciones sociales de gran complejidad y ambigüedad, que no pueden resolverse por la mera aplicación de conocimientos y habilidades, sino que estas solo descansan en la reflexiva posición del estudiante a partir de la sistematización de sus propias experiencias y las del grupo al que forma parte.

En este caso, los programas que defienden este enfoque (Argyris & Schon, 1989) reconocen que la discrepancia entre las teorías explícitas e implícitas y la práctica, así como las carencias e inadecuación tecnológica para una determinada situación profesional puede afectar la comprensión de la actividad práctica de los profesionales y de su formación, llevándolo a la ineficiencia y el fracaso. Por tanto, este tipo de contingencia solo puede solventarse con la formación de competencias reflexivas orientadas a la solución creativa de estas situaciones.

Se trata entonces de conformar un programa en el cual el estudiante pueda explicar plenamente el proceso real de razonamiento práctico que los profesionales utilizan en el desempeño de su labor y que cuestionen las soluciones asumidas e intenten superar la visión estrecha, instrumental y rígida, al poner en duda todo lo que se hace y encontrar nuevas razones, argumentos y procedimientos que lleven al mismo fin.

Las actividades que se orientan al estudiante deben entonces propiciar que cuenten las percepciones que están haciendo del problema, y de las acciones

que se acometan sean capaces de establecer un argumento contextual, situacional que genere la selección de una u otras opciones, que no depende únicamente del saber técnico o de las situaciones reales de formación práctica sino de las perspectivas teóricas, los intereses, las experiencias y los aspectos ideológicos de las personas que traten de transformar esas situaciones problemáticas en problemas susceptibles de solución técnica.

Por tanto, cada situación es un caso con características únicas, complejas, cambiantes, inciertas y ambiguas, luego el problema puede quedar fuera del alcance de las teorías y técnicas disponibles en el conocimiento disciplinar de la carrera, se precisa apelar a interpretaciones sociológicas, psicológicas que deberán incluirse en el protocolo de intervención obligado a ajustar, moldear el protocolo a cada caso.

En este programa es imprescindible el dialogo entre experiencia previa del estudiante, de los profesionales que comparten este proceso y desde los cuales se configura un sistema referencial para el proceso reflexivo en el que la intuición y compromiso jugarán un papel esencial en la toma de decisiones. Desde esta posición futuro profesional, según (Argyris & Schon, 1989) se hallará ante el dilema de si lo técnicamente correcto o, lo científicamente posible es lo moralmente adecuado, lo cual dota de dos rasgos a la práctica pre-profesional: complejidad y creatividad.

Desde esta postura varias de las carreras de formación profesional universitario en Turismo en países como Argentina y Colombia incluyen las prácticas pre-profesionales, inter-semestrales y extracurriculares como estrategias pedagógicas que constituyen una forma de vinculación con el sector externo, que permiten, de un lado, integrar los conocimientos del estudiante y, del otro, ponerlos al servicio del empresario o de la comunidad. Desde esta propuesta aseguran que se puedan divulgar e implementar nuevos modelos de desarrollo que beneficien a los diferentes actores. La orientación de las acciones se hace a partir de la visión del destino como un territorio donde confluyen los atractivos, empresas de servicios de acogida, organizaciones e infraestructura y se generan significativas relaciones con la

comunidad receptora, esto implica su análisis y gestión con un enfoque transversal de sostenibilidad y responsabilidad social, de tal forma que la interrelación entre los aspectos ambientales, socioculturales, económicos y la satisfacción del turista, aporten beneficios positivos para las partes involucradas, buscando minimizar los potenciales impactos significativos que se puedan derivar de esta actividad.

Desde lo empresarial, la vinculación con el sector productivo tiene una proyección curricular sistémica; se procede a la atención de los procesos organizacionales, financieros, productivos, de gestión del capital humano, de mercadeo y relación con los clientes y, finalmente, los procesos gerenciales que aportan la estrategia empresarial en busca de la competitividad.

Las prácticas así concebidas se consideran requisito académico, tienen como finalidad la integración de conocimientos a partir de un determinado núcleo temático que se trabaja según el semestre en el cual se encuentra ubicada, y permite la mejor comprensión y asimilación del aprendizaje de conceptos, recolectar información diagnóstica frente al tema y apropiar las temáticas en forma aplicada para posteriores actuaciones

Desde este planteamiento se realizó un estudio de opinión entre profesores de las carrera turismo en Ecuador y se revisaron informes publicados de las universidades Pontificia Universidad Católica del Ecuador con Sede Ibarra y la Escuela de Gestión en Empresas Turísticas y Hoteleras Informe de Seguimiento a Graduados Carrera de Turismo Sede Ibarra –Diciembre 2013, al confirmar que, las prácticas pre-profesionales tiene asignadas desde hace más de cinco años un número considerable de horas y que los estudiantes al graduarse, reconocen el valor de estas actividades en su formación.

Sin embargo, aun cuando el nuevo régimen académico puesto en vigor desde 2013, precisa que las carreras universitarias orienten sus propuestas curriculares a potencian el vínculo universidad-sociedad y debele desde los primeros momentos de la formación, la participación del estudiante en la concreción de los objetivos de desarrollo local y nacional que presupone la matriz productiva, asegurando que el estudiante puedan identificar su

responsabilidad en el marco del desarrollo que se ha propuesto el turismo, para aportar a la economía del país y la región Latinoamérica, los perfiles de la carrera Turismo en Ecuador, no ha logrado la armonización del currículo que permita fundamentar las decisiones metodológicas para asegurar una formación, en, para y desde la práctica.

El análisis de las propuestas al rediseño curricular de la carrera Turismo en las universidades del Ecuador, revela una amplia diversidad. En general, estas se caracterizan por el vínculo directo con la actividad profesional en el contexto propio de actuación durante todos los semestres, en los cuales se secuencian los objetivos y contenidos de formación que supera las posibilidades y estrategias de relaciones interinstitucionales, tanto al interior del país, como en el marco de la internacionalización que exige la formación del profesional del Turismo.

De manera particular, el análisis de las propuestas que se llevan a cabo en las universidades públicas ecuatorianas, revelan que aún son limitadas las concepciones que sustentan la orientación de las decisiones curriculares acerca de la práctica pre profesional, las cuales descansan en dos aspectos básicos, las oportunidades que ofrece el contexto en que está enclavada la universidad y las posibilidades y relaciones que esté al alcance de los profesores y que queda legitimada en los convenios inter instruccionales.

El estudio realizado develó que existe una mala concepción teórica que fundamenta las decisiones para el diseño y desarrollo de las prácticas pre- profesionales, las discusiones con los profesores respecto a las ideas que sustentan la toma de decisiones de cómo diseñarlas, limitan la selección y proyección de las actividades sobre todo en los objetivos y tareas que el estudiante puede realizar.

En este estudio se evidenció la carencia de opciones o alternativas para gestionar la iniciativa, el emprendimiento y las motivaciones para una participación activa de los estudiantes en el desarrollo turístico local, nacional y la inserción de esta actividad en el mercado internacional, pues no pose

postura respecto a la posibilidad de las universidades del estado, para insertarse en proyectos nacionales y de internacionalización del currículo universitario que exige la matriz productiva ante los retos de la globalización en el siglo XXI.

Los estudiantes, en entrevista grupal, aseguran sus altas motivaciones e intereses en las prácticas pre-profesionales, reconocen las potencialidades de estas para su desarrollo profesional; destacan, además, las vivencias positivas que tiene en ella y las posibilidades de apreciar, y participar desde la perspectiva de estudiante en la transformación de la realidad; sin embargo, identifican como dificultades las limitaciones para diversificar los destinos de esos viajes, no solo por la falta de disposición previa de empresarios que pudieran abrir espacios de experimentación y reflexión; pues aun no existen acuerdos acerca de cómo conducir esta proceso de formación universitaria de los profesionales de turismo, más allá de las disposiciones planteadas de manera genérica en la LOES y el régimen académico. La reflexión general del tema permitió acordar que la diversificación de propuestas y de iniciativas, explica que no se logra afrontar un diseño de prácticas pre-profesionales a la carrera Turismo desde un marco teórico metodológico de referencia para satisfacer las demandas de la matriz productiva para las actividades turísticas, ubicadas ahora en un marco de relaciones más amplio, de apertura global y de responsabilidad social y cultural con el Buen vivir.

Esta situación al ser confrontada con integrantes de miembros de la Red de carreras de Turismo de la zona Interandina, confirmaron que esta situación está asociada a la necesidad de tomar acuerdo en aspectos didácticos para el diseño y desarrollo curricular de las prácticas pre-profesionales en las Universidades públicas.

El estudio permitió ampliar las posiciones y los autores concluyeron que las precisiones didácticas al respecto deben cursar desde un cambio en las concepciones de las prácticas pre-profesionales en la carrera Turismo en el

Ecuador primero en el enfoque relieve y transformador que deben tener las actividades y en las estrategias didácticas a utilizar en función de la diversidad de espacios, contextos y de estudiantes lo cual deberá favorecer la participación de los estudiantes en proyectos nacionales y de internacionalización que requiere la formación del profesional del Turismo en Ecuador

En este caso se defiende la idea de que la selección de los objetivos de las prácticas si bien se ajustan al momento de la formación debe asegurarse una tendencia progresiva que interrelacione contenidos con metodologías cada vez más centrada en la autonomía, la creatividad y el enfoque integrador de los saberes de manera que el estudiante:

- Diagnostique un problema en la gestión turística de una empresa o contexto,
- Indague y conforme un marco de propuesta que debe argumentar frente a directivos en los que se presente como proyectos innovadores que respondan a la estrategia nacional del turismo, según las especificidades de la matriz productiva.
- Gestione la idea, como proyecto financiado por entidades de gobierno local y de otros fondos de inversión abierta, a este tipo de propuesta con la participación social y/o promuevan el acceso y vías de desarrollo a grupos sociales y comunidades y así poder alcanzar mayor impacto.
- Ponga en práctica esta propuesta y confirme su pertinencia y posibilidades de implementación en los últimos años, consiguiendo incluso la continuidad de su intervención al concluir su estudio.

Pero en este tipo de propuesta integrando los enfoques didácticos que hoy promueve la formación en, desde y para las prácticas pre-profesionales exige que todas las asignaturas del currículo se desarrollen desde la secuenciación de acciones que parten de la identificación de situaciones problémicas, la confrontación de ideas y las experiencias con los propios empleadores y personal en servicio así como la reflexión participativa con los destinatarios y financiadores de las propuestas en las cuales la interdisciplinariedad que

fundamenta las decisiones en la gestión turística y sobre todo la proyección de las políticas nacionales del desarrollo turístico en la base de la matriz productiva nacional y de los valores del Plan Nacional del Buen vivir.

La presentación de estas ideas en un grupo de discusión creado para acercar las consideraciones didácticas a la práctica advierte que ciertamente esta deberá ser la racionalidad didáctica que prime en el enfoque curricular de las prácticas; sin embargo, se declararon algunas cuestiones esenciales que no pueden pasar por alto.

Primero: la preparación de todos los docentes universitarios para que enfoquen sus asignaturas hacia la práctica lo cual obliga a repensar el proceso de enseñanza- aprendizaje en la carrera, ahora centrado en problemas, la reflexión y la construcción de propuestas de soluciones más que en contenidos que se tramitan sin conexión con la realidad.

Segundo, enfrentar las prácticas en su triple carácter como un área de confirmación, producción y socialización de conocimientos desde los cuales se puede estimular la participación activa de los estudiantes y profesores en la transformación de la actividad turística que desarrolla a nivel local, nacional e internacional, al promover proyectos de desarrollo.

Tercero, la necesaria comprensión de que desde esta posición es preciso aunar voluntades, por tanto, el marco de relaciones y convenio deberá partir de la disponibilidad para aperturas de los vínculos y la producción de ideas novedosas en el perfeccionamiento de la actividad turística.

Cuarto la participación de la dirección institucional, del gobierno local para legitimar el papel de la carrera en los proyectos locales y nacionales no solo como fuerza laboral sino como generadora del cambio que está marcando los programas de desarrollo pero que pueden retrasarse por las limitaciones de recursos humano preparado, gestores ideas innovadoras que utilicen la ciencia y la tecnología internacional para estos propósitos.

En quinto lugar, es preciso crear espacios de socialización y de comunicación de resultados que vaya centrando la confianza de las autoridades de gobierno y de empresarios interesados por tanto será oportuno hacer ferias de

conocimiento, exposiciones de proyecto y campañas promocionales para captar el interés de las instancias correspondientes.

Por último la diferenciación de la evaluación de las propuestas es importante en dos sentidos, por un lado todos los estudiantes no podrán acometer proyectos tan ambiciosos pero su participación como grupo asegura la formación de valores profesionales, necesarios para el éxito; por otro lado, los proyectos pueden diferenciarse en cuanto al alcance lo cual no resta valor frente a otros más lucrativos o de mayor apoyo, contrario a esta postura, se apoyaran aquellos que se generan en ámbitos de las comunidades en vía de desarrollo o que favorecen la iniciativa de cooperativas o pequeñas empresas que se crean en áreas vírgenes y que demandan procesos educativos en condiciones de mayor apoyo.

Así la propuesta, si bien se reconoce como ambiciosa puede ser prometedora de un cambio en la manera de enfrentar la práctica convirtiéndose en un espacio de cruce de conocimientos, tecnologías y valores que tiendan al desarrollo de nuevas redes y relaciones entre la universidad, los gobiernos locales, las empresas, la comunidad y la iniciativa de los profesionales del turismo a nivel local, nacional e incluso internacional.

CONCLUSIONES.

Al hilo de estas consideraciones se promueve la idea de una concepción diferente de las practicas pre-profesionales en la carrera turismo, en ellas no solo se vinculan las concepciones didácticas que se están manejando de manera global por las carreras universitarias y en particular en las experiencias curriculares en Latinoamérica, sin embargo Ecuador precisa tomar en serio aspectos claves que pueden ampliar el impacto de la formación, responder a las demandas del CES y del régimen académico actual y sobre todo insertar las acciones de formación de pregrado en la proyección de desarrollo de la actividad turística en el país a partir de proyectos y otras formas de inserción curricular

que acorte las distancias entre la empresa, la comunidad y las ofertas turísticas, consiguiendo que el profesional que se forme tenga experiencias previas a su ejercicio vinculadas con la elaboración de proyectos creativos desde el uso que pueda estimular la innovación, la participación y sobre todo el cumplimiento de los pilares de la Matriz productiva y el Plan nacional del buen vivir. Aunar voluntades y conseguir el apoyo de comunidades, empresarios, directivos universitarios y gobiernos locales, es el mayor reto, lo cual no solo se logra con un marco común de acuerdos sino con una fundamentación de una racionalidad didáctica coherente y de resultados concretos.

Bibliografía

- Hasing Sánchez, L. P. (4 de julio de 2014). Proyecto formativo para el desempeño laboral de los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil. *Proyecto formativo para el desempeño laboral de los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Argyris, C., & Schon, D. (1989). *Participatory Action Research and Action Science Compared: A Commentary*. Nueva York: American Behavioral Scientist.
- Damm M, L. (1998). Educación profesional en turismo. *Gestión Turística*, 23-27. Obtenido de http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0718-64281998000200002&script=sci_arttext
- Moreno de la Rosa, A. (2011). La propuesta de Donald Shous: en el conocimiento está la acción. *Educación y psicología: punto de encuentro*, 12-18.
- Zuñiga Collazo, A., & Castillo Palacio, M. (2015). Caracterización De La Formación En Turismo, Como Uno De Los Pilares Fundamentales De La Competitividad Turística En Colombia. *Anuario Turismo y Sociedad*, 12-18. Obtenido de http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2269139

011. LOS CORTEJOS FÚNEBRES EN GUAYAQUIL, ¿UNA TRADICIÓN CULTURAL PERDIDA?

Autor:

César Santana Moncayo, Mgs.
csantana@ecotec.edu.ec

Resumen

Guayaquil es una ciudad con tradiciones que provienen de diferentes fuentes. Al ser una ciudad – puerto, llegan personas de varias partes del Ecuador y de otros países, lo que hace que se entremezclen diversas costumbres, algo que ha ocurrido desde tiempos en que la ciudad era colonia de España. Una de estas tradiciones es la de los cortejos fúnebres, donde, aún en la actualidad, se pueden encontrar rastros de elementos culturales antiguos, pero que, al mismo tiempo, han sufrido cambios entre los siglos XX y XXI. En el año 2016, el Gobierno Municipal de Guayaquil ha decidido prohibir estos cortejos fúnebres, por un asunto de ordenamiento de tráfico, pero es necesario revisar la historia de la ciudad, desde sus orígenes, para entender a plenitud la génesis de esta tradición.

Palabras clave: Guayaquil, tradición, folklore, cortejo fúnebre, Ecuador

Introducción

Existen tradiciones en la ciudad de Guayaquil, Ecuador, que han resistido el paso de los años y los cambios generacionales; pero que, sin embargo, desde cierta óptica, se han visto obligatoriamente transformadas por el progreso general de la ciudad y las nuevas prácticas que se fueron heredando, sobre todo por influencias externas mucho más modernas que, poco a poco, alteran ideas arraigadas en el imaginario social de la ciudad.

Dentro de ese rico andamiaje de tradiciones, se rescata la de los cortejosⁱ fúnebres en la ciudad de Guayaquil, que, a decir de algunos habitantes locales, son una hermosa, necesaria y “romántica” costumbre que se ha heredado de antepasados de la época colonial; mientras que otras personas opinan que es inconcebible que en una ciudad como Guayaquil, que trata de crecer ordenadamente y está sujeta a una regeneración urbana, sufra de un tráfico caótico por esta costumbre. (El Universo, 2005).

El presente artículo analizará precisamente esta costumbre en Guayaquil, presentando una breve historia de los camposantos en la ciudad, su transformación, ubicación actual y las costumbres funerarias en general, finalizando con las razones que han llevado, al Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayaquil, a suspender definitivamente esta tradición.

Desarrollo

Hablar de la muerte no siempre es bienvenido en la sociedad actual. Es una de aquellas partes de la vida que se sabe que llegarán tarde o temprano, pero que se evita conversar o expresarla abiertamente, ya sea por algún tipo de supersticiónⁱⁱ o simplemente porque no es del gusto de las personas aquel tema.

Paradójicamente, es la muerte y el estudio de sus vestigios el que permite realizar algunas reconstrucciones de cómo eran las sociedades del pasado, sus similitudes e influencias con las actuales y la cosmovisión de aquellas poblaciones.

En relación a Ecuador, país con tradición e historia milenarias, y del que, por supuesto, Guayaquil forma parte, las tradiciones mortuorias han existido desde siempre entre los pueblos que conformaron su pasado pre conquista y pre colonial. Sin embargo, variaban entre las diferentes regionesⁱⁱⁱ, y aún en la actualidad, sorprende las costumbres que se realizan en cada provincia.

En la región costa, por ejemplo, en las culturas pre colombinas existían importantes formas de honrar a las personas fallecidas. Una de las más estudiadas es el de la Cultura Las Vegas^{iv}, que se ubicó en la actual Provincia de Santa Elena. En esta población, la costumbre era enterrar a los muertos en las mismas casas, y junto a ellos se colocaban ofrendas de algún tipo, las mismas que podían consistir en adornos de conchas o hueso. (Universidad Estatal de Milagro, 2012).

Una de las culturas precolombinas que más relación guarda con la ciudad de Guayaquil es la denominada Chorrera, además que la influencia de esta se extendió por casi toda la costa de Ecuador y formó las bases culturales de los desarrollos posteriores. (Bruhns). En recientes hallazgos, se conoce que la ciudad de Guayaquil es mucho más antigua de lo que se suponía^v, siendo sus tradiciones alfareras y mortuorias similares a las de Chorrera.

En la misma línea de tiempo de la pre historia ecuatoriana, existe otra cultura, este si con un tratamiento diferente en sus entierros. Es la llamada Cultura Milagro Quevedo, que se desarrolló entre el año 500 y 1500 d.C., y marca, por un lado, el final de la pre historia ecuatoriana, y por otro, el inicio de la colonización española. Los habitantes de esta cultura enterraban a sus muertos en unas urnas de cerámica, las que se iban apilando una encima de otra, formando los llamados “sepulcros de chimenea”, que luego fueron ubicados en hoyos excavados en la tierra removida formando una pequeña elevación, a la que se le denomina “tola”.

Cuando los españoles llegaron a tierras de lo que actualmente es la ciudad de Guayaquil, trajeron algunas costumbres nuevas que cambiaron las tradiciones ancestrales de los pobladores locales, quienes, a pesar de una fuerte resistencia inicial^{vi}, finalmente aceptaron a los españoles y a sus tradiciones, aunque ciertamente las mezclaron con las propias^{vii}.

Una vez establecida la ciudad de Guayaquil, los habitantes que empezaron a poblarla también se hallaron en la tarea de convertir en habitable el sitio. Por supuesto, es muy probable que una de sus primeras tareas, además de construir iglesias, fue la contar con un espacio para sepultar a los fallecidos. Al haber sufrido de constantes cambios durante su proceso fundacional, es incierto conocer donde fue excavada y usada la primera sepultura de la ciudad. (Gómez, La verdadera fundación de Guayaquil, 2016).

En 1547 fue realizada la última mudanza de la ciudad hacia la cumbre del cerro Santa Ana, por lo que es muy probable que sea en los alrededores de ese lugar donde se estableció un primer camposanto como lugar permanente para honrar a los muertos. Esto podría ser cierto, debido a informaciones recogidas por Modesto Chávez Franco^{viii}, primer cronista vitalicio de la ciudad (desde 1931 hasta su muerte en 1952), quien afirmaba que junto con su padre había encontrado una lápida con el nombre de Manuel de Estacio, de quien, cuentas las crónicas, fue ajusticiado por el capitán Francisco de Orellana justo antes de trasladar la ciudad a su sitio actual de emplazamiento. (Estrada J. , 1996)

Según crónicas de la época y la investigación de algunos historiadores de la ciudad (Estrada J. , 1996) y (Gómez, 2005), el vender espacios para los difuntos se convirtió en un negocio lucrativo para las iglesias y monasterios, llegando a financiarse de esa forma. Sin embargo, los precios que se empezaban a cobrar eran exorbitantes para la época, llegando varias quejas hacia el Virreinato al que pertenecía Guayaquil. Para evitar algunos abusos en los cobros, se expidió —el 1 de diciembre de 1573- una cédula real que obligaba a curas y obispos a moderar los valores cobrados por sepulturas en los templos y conventos.

El crecimiento de la ciudad, tanto en habitantes como en comercio y riqueza, trajo ciertas costumbres que, para la época, se consideraban ostentosas, para un hecho como la muerte, y sobre todo, porque ese tipo de ostentaciones estaban prohibidas por Cédulas Reales y otras leyes. En 1679, el cabildo de la ciudad^{ix} disponía que “los entierros se hagan como se debe, y que no se saque ni ponga mesas en las plazas públicas” (Estrada J. , 1996), esto debido a que cada familia quería aparentar -en muchos casos- riquezas que no correspondían, por lo que se llegaba a los excesos que se trataban de impedir. En aquella disposición se indicaba también que esto debía ser cumplido por todas las personas, sean mulatos, negros o mestizos.

A pesar de las prohibiciones, las exhibiciones de funerales de lujo no disminuyeron, muy por encima de las continuas reclamaciones del Cabildo para que las personas desistieran de las mismas. Las pompas fúnebres se celebraban con mucha exageración, algo que, observándolo con una visión actualizada, era la forma de la cultura popular de expresar sus honras a los difuntos.

La creación de panteones para la disposición de los fallecidos fue establecida en la Cédula Real del 26 de marzo de 1789, sobre todo por razones de higiene. Esta recomendación fue reiterada por la Cédula Real del 15 de mayo de 1804. Con esta orden, el Cabildo de la ciudad debió establecer un cementerio en las afueras de la ciudad. A pesar de esto, pasaron varios años, hasta 1822, para que Guayaquil cuente con un primer diseño de panteón. (Estrada J. , 1996).

En noviembre de 1822 hizo su aparición en la ciudad de Guayaquil una epidemia de viruela, que llegó, probablemente, con algún comerciante de los tantos que, en ese momento, llegaban al puerto. Esta epidemia hizo que se encargara al regidor de aquella época, Juan Francisco Icaza, diseñar y ubicar el panteón. Por otro lado, Lorenzo de Garaycoa, prócer de la Independencia de Guayaquil^x, estuvo a cargo de solicitar a Simón Bolívar^{xi} el permiso de construcción. Bolívar acogió la idea, creando un impuesto de medio real por pieza de comercio entrada o salida por el puerto de la ciudad.

Los vecinos de la ciudad, a pesar de la escasez, contribuyeron con un total de mil pesos para solventar los gastos de la construcción de ese nuevo cementerio, junto con los valores recaudados de las iglesias existentes al momento en la ciudad, más el impuesto antes mencionado. Aun así, existieron momentos en que las obras se paralizaron por falta de fondos.

En 1842 apareció en Guayaquil una epidemia de fiebre amarilla tan dantesca que según palabras del gobernador Vicente Rocafuerte convirtió a la ciudad en un “vasto cementerio de espanto y terror” (Gómez, 2005), por lo que el camposanto construido en la época de Simón Bolívar y que estaba ubicado en la parte posterior del cerro del Carmen, quedó saturado por la cantidad de cadáveres. Esto motivó su cierre, y la creación de una fosa común en los terrenos de una hacienda llamada “Atarazana”^{xii}.

Además del nuevo espacio para la fosa común, es de mencionar que, al menos con los estragos causados por la epidemia, se siguieron sepultando cadáveres en las iglesias. Esto se pudo comprobar por un hallazgo casual: se conoce en la ciudad que el Museo Municipal de Guayaquil está situado donde existió la Iglesia de San Agustín hasta el año 1902 cuando fue destruida por un incendio. En 1842, la iglesia sirvió como camposanto para los fallecidos por la fiebre amarilla, siendo algunos de estos restos descubiertos en el 2013 cuando se realizaban trabajos para la ampliación del museo. En la actualidad, esta ala está dedicada a una exposición permanente que muestra lo ocurrido durante el azote de aquella epidemia.

En 1879 el Municipio indicó que se construiría el ferrocarril al cementerio, inaugurándose tal obra el 2 de junio de 1882, haciendo que los carros de transportación pública^{xiii} llegaran hasta el cementerio. Existían dos tipos de carros que ofrecían el servicio de traslado al camposanto: uno donde se ubicaba el féretro, y otro donde se podían ubicar los dolientes.

Los cortejos fúnebres los encabezaban las carrozas decoradas con cortinas de encaje, las mulas o burros que los arrastraban llevaban plumas blancas o negras en sus cabezas. Estas mulas eran blancas o negras, ya sea el fallecido femenino o masculino, infante o adulto. (Gómez, 2005).

Las costumbres funerarias seguían realizándose casi sin muchas variaciones: se acostumbraba también a cargar en hombros a él o la difunta, pero esto no era del agrado de todos los vecinos. En un periódico de 1886 se pedía que se prohibiese la costumbre de llevar a los difuntos en féretros destapados o descubiertos, pues “...no es muy grato para los que no están familiarizados con

los cadáveres tener que verse, de improviso, y cara a cara, con la muerte” (Estrada J. , 1996)

En 1887 se creó la Junta de Beneficencia Municipal de Guayaquil, que se encargó, desde esa fecha, de la administración de varios servicios públicos, entre ellos el cementerio. Un año después, la Junta dejó de depender de la Municipalidad para transformarse en la actual Junta de Beneficencia de Guayaquil, administradora, hasta la fecha del Cementerio General de Guayaquil, que tiene la categoría de Patrimonial, por la cantidad de esculturas e historia que guarda en su interior. En el año 1893, el cementerio principal se le conocía como Cementerio Católico, mientras que el de no católicos se le llamó “Cementerio de los Protestantes” en 1886; “Panteón Protestante” en 1896; “Cementerio de los Protestantes” en 1900; “de los Extranjeros” en 1903; “Cementerio Protestante” en 1909; y, finalmente, “Cementerio de los Extranjeros” desde 1929.

A inicios del siglo XX, la Junta de Beneficencia alquilaba los nichos por diez pesos mensuales, y el precio de venta era de 50 y 100 pesos. La segregación religiosa fue abolida por decreto el 3 de octubre de 1900, donde se determinó que todo cementerio público era también laico –pues el Estado Ecuatoriano lo era ya en esos años- y debía ser administrado por Municipios o Juntas de Beneficencias. (Estrada J. , 1996).

En el siglo XX, y por investigaciones de autores relacionados con la antropología del Ecuador, se pueden revisar de algunos ritos generales existentes en el país, la mayoría de los cuales no son realizados ya por la población, o han sufrido algunas modificaciones. A continuación una breve reseña de ellos, para continuar con las costumbres en Guayaquil.

- a) Paul Rivet, antropólogo de reconocida fama, inició su carrera científica en Ecuador, donde realizó diversas observaciones e investigaciones entre 1901 y 1906. Una de ellas, fechada en 1926, describe las costumbres funerarias de los indígenas del Ecuador: (Rivet, 1994)

Provincia	Acciones realizadas
Azuay	Se lava el muerto cuidadosamente con agua y jabón, se le seca, se le viste con sus mejores vestidos y se lo coloca sobre una estera en mitad del cuarto. El cuerpo se lo cubre con un paño, colocándose velas o candelabros rústicos, exponiéndolo así por tres días y tres noches. En la mañana del tercer día se coloca al muerto en un ataúd y se lo lleva a la iglesia, donde se dirán las oraciones respectivas, luego se lo sepulta en el lugar ya asignado y todos regresan a sus casas.
Chimborazo	El fallecido no se coloca en un ataúd, sino que lo amarran en una tabla, colocándolo en mitad de la choza (vivienda), rodeado de velas, así permanece una noche. Al día siguiente es transportado en un burro hasta la iglesia para su sepultura. Al regreso, los deudos se bañan en el primer arroyo que encuentren. A esto se le conoce como el lavatorio.

Pichincha	Visten al muerto con sus mejores galas, y envuelto en una sábana blanca, lo colocan al sol. Al final de la tarde llegan los amigos a mostrar sus respetos. La velación dura dos días, al tercero llevan al muerto, derecho, como si anduviera, a los lugares donde solía ir. Luego colocan el cadáver sobre cuatro palos y lo cargan en hombros para llevarlo a la iglesia. Al día siguiente lo vuelven a cargar y llevan hacia el cementerio, donde es sepultado
Imbabura	Se lavan los pies y manos del muerto con el líquido que, posteriormente, se convertirá en chicha ^{xiv} , la misma que será consumida durante el sepelio. En el ataúd se coloca todo lo que supuestamente, el muerto necesitará en la otra vida: alimentos, bebidas, aguja e hilo o cigarrillos.

- b) Gonzalo Rubio Orbe, escritor ecuatoriano, refiere, en una crónica de 1956, como son los diferentes tipos de velorios de niños, solteros y adultos en general en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura: (Rubio, 1994)
- a. Niños.- Se coloca al infante fallecido en un pequeño altar ubicado en el centro de la casa, sobre una sábana blanca y al descubierto para que lo puedan observar las amistades que llegan a acompañar a los familiares. El ataúd es de color blanco y el fallecido es vestido con la “mortaja” que ha sido traída por su padrino de bautizo. El mismo personaje (el padrino) está obligado a llevar arpa, violín o guitarra para que los músicos toquen y hagan bailar a las personas que asisten al velorio. Dentro del ataúd se coloca un pilche o mate para que tenga con que comer o beber en la otra vida. Durante el recorrido de la casa al panteón, una persona va tocando el violín algunas piezas. Luego de ser sepultado, se le pide al panteonero o a su hija que rece y eche agua bendita en la tumba. Al final, los deudos –sobre todo los hombres- regresan a casa de los familiares o a otro lugar para embriagarse.
 - b. Solteras.- Las ceremonias son similares a las de los niños, con la diferencia que siempre existe un violín que toca música triste. La mortaja, de color blanco, también es llevada por su padrino de bautizo. En la cabeza le colocan una corona de flores blancas o de cartón forrado con oropeles.
 - c. Adultos.- Al cuerpo del difunto lo lavan para que vaya limpio a su otra vida. En el ataúd le colocan diversos elementos para el mismo fin: flautas, botellas vacías, una escalerita para que pueda subir al cielo, plato, cuchara, mate y otros artefactos más. En la cabecera del ataúd colocan un crucifijo u otra imagen religiosa. A los asistentes al velorio se brinda chicha, trago y mote. La mortaja es una camisa blanca muy larga, mientras que el ataúd es de color de la madera o pintado de anilina amarilla. En estos casos, no hay baile, pero si música de violín, que acompaña al difunto hasta el panteón. También existen “rezadores” que se encargan de, como su nombre lo indica, rezar y hacer juegos para los familiares y deudos del difunto.

En Guayaquil, por otro lado, las tradiciones funerarias (ya en la segunda mitad del siglo XX), tenían un matiz un poco más costumbrista y simplista: cuando una persona fallecía, se comunicaba a los familiares y amigos más cercanos de forma rápida –en ese tiempo la ciudad era bastante pequeña- y alguno de ellos se dedicaba a escribir la respectiva esquelera para los diarios de la ciudad.

De acuerdo a la autora Jenny Estrada, en su libro “Del tiempo de la Yapa”, las siguientes eran las costumbres más comunes de aquella época (Estrada J. , 1994):

- a) Una vez que los vecinos se enteraban del fallecimiento de alguna persona, se aprestaban a ingresar a dicha vivienda, cerrar las ventanas, retiraban los muebles pesados y prestaban las sillas necesarias para las personas que llegarían en las siguientes horas.
- b) Se quitaban adornos pequeños, cuadros y espejos, dejando todo listo para que llegaran los encargados de las pompas fúnebres.
- c) De la panadería más cercana a la casa del difunto llegaban varias fundas de rosquitas^{xv}, que serían canceladas en las siguientes semanas. Mientras tanto, las empleadas de la casa empezaban a preparar el café filtrado para las visitas.
- d) A las diez de la noche, por lo general, el velorio llegaba a su punto máximo, con una gran cantidad de personas acompañando al difunto y a sus familiares. En diferentes cuartos se ubicaban a las personas que contaban cachos –chistes- o jugaban a las cartas, sin apostar por respeto al difunto; o que conversaban de diferentes temas de actualidad. Antes de la medianoche se brindaba café con rosquitas o un cognac. Ya entrada la madrugada, se brindaba caldo de gallina o consomé de pavo^{xvi}, todo esto para atender a los familiares y amigos que se quedaban acompañando al difunto durante toda la madrugada.
- e) El velorio tenía una duración de una noche entera, nunca menos de eso. El sepelio se realizaba en el Cementerio General de Guayaquil ya sea a las doce del día o a las cinco de la tarde. Normalmente la viuda no asistía al velorio, se quedaba en casa con sus parientes mujeres. Esto se hacía puesto que se evitaba que estuviera presente al momento de colocar al difunto en su sitio definitivo, y el trauma que eso podría conllevar.
- f) El ataúd era cargado por empleados de la funeraria, en un primer tramo del recorrido, y luego por amigos y familiares del difunto por las calles de Guayaquil. Atrás de este cortejo se colocaba una carroza fúnebre y una camioneta con cruces y coronas de flores. Se dirigían hacia la calle Nueve de Octubre^{xvii}, luego hacia la calle Santa Elena –actual calle “Lorenzo de Garaycoa”, para dirigirse al Cementerio General.

En 1976 se planificó la construcción de salas de velación de la Junta de Beneficencia de Guayaquil, un servicio pensado en solucionar el problema que podría suscitarse en algunas casas con insuficiente espacio para recibir al difunto y a sus deudos y amigos. Algunos autores (Estrada J. , 1994), indicaban que este tipo de servicio era similar al que se brindaba en otras ciudades del mundo, donde ni los familiares ni amigos “velan” a los fallecidos.

A pesar de esta opinión, es común, aún en la actualidad, observar personas que se quedan durante toda la noche, en las salas de velación, acompañando a los difuntos y sus familiares. Sin embargo, hay que recalcar que no todas las personas y familias están en capacidad de sufragar los costos del alquiler de estas salas de velación. Por eso, aún es común observar, cuando alguien fallece, que sea la casa del difunto donde se realiza la velación, de, como manda la costumbre, al menos una noche. En algunos casos, se debe realizar de una velación de más tiempo (2 o 3 noches), puesto que el difunto puede tener familiares fuera del país, que desean llegar a despedir al fallecido.

Hay que mencionar, además, que en Guayaquil ya no existe un solo cementerio, en la actualidad, coexisten cinco: 1.- General (llamado también Patrimonial), 2.- Jardines de Esperanza, 3.- Parque de la Paz, 4.- del Suburbio, de nombre “Ángel María Canals” y 5.- Panteón Metropolitano^{xviii}, éste último es una extensión del Cementerio General, pero en una nueva ubicación –en las afueras de la ciudad. Todos los cementerios de la ciudad –a excepción del “Ángel María Canals”- tienen salas de velación, pero no siempre los familiares de los difuntos las utilizan. Como ya se ha mencionado, el costo de alquiler de los servicios de estos sitios es un factor importante a considerar.

En caso que los familiares de la persona fallecida hayan decidido utilizar los servicios de las salas de velación de los cementerios nombrados, el recorrido hacia el camposanto es, por supuesto, más cómodo y sin complicaciones. Pero, cuando se ha decidido hacer un velorio en casa, la situación cambia. Es ahí donde aún pueden observarse las mismas tradiciones funerarias del siglo pasado, en la actualidad, aunque con algunas variantes.

Los deudos de la persona fallecida realizan una caravana, desde el sitio donde vivía el difunto hasta el cementerio general de Guayaquil (Cementerio Patrimonial), pasando, en la mayoría de las ocasiones, por la avenida 25 de Julio, que luego se transforma en Av. Quito, hasta llegar al mencionado camposanto. Esto ocurre muy especialmente cuando el fallecido es sepultado en el Cementerio Patrimonial. Para muchas familias, esta es la tradición, y así debe de realizarse. Por supuesto, cuando la ciudad era mucho más pequeña y con menos tráfico, este tipo de costumbres no presentaban ningún inconveniente. Con el transcurrir del tiempo, y al aumentar el parque automotor en la ciudad, la realización de estos eventos causan más de un reclamo por el caos –peatonal y vehicular- que se forma.

Como se indicó al inicio del artículo, se suscitó un hecho que ha motivado a la Municipalidad de Guayaquil a suspender, de forma definitiva, la tradición de llevar a los difuntos en caravana, por la Avenida Quito, hasta el Cementerio Patrimonial de la ciudad. Durante uno de estos cortejos fúnebres, un miembro de la Agencia de Tránsito Municipal (ATM) fue supuestamente agredido por los familiares del difunto que llevaban en ese momento. Si bien la noticia se conoció en toda la ciudad, no han existido muchas informaciones o vídeos que corroboren el hecho, a más de las escuetas declaraciones que se han revisado en algunos diarios de la ciudad. Esta agresión habría ocurrido el 10 de enero del 2016.

De acuerdo a estas informaciones, la medida no responde a la supuesta agresión al agente de tránsito de la ciudad, sino al congestionamiento vehicular que se registraba en la ciudad al momento de coincidir con algún cortejo fúnebre. De acuerdo a personas entrevistadas por los diarios generadores de la noticia, esta tradición se ha ido degenerando, porque ahora algunos familiares de los difuntos, caminan junto a éste en estado de ebriedad, y otros, bajo efecto de drogas. También, estas mismas personas indican que se han suscitado asaltos a locales comerciales y a autos, perpetrados por delincuentes que simulan acompañar a los familiares para cometer estos actos delictivos. (Diario El Universo, 2016)

La Agencia de Tránsito Municipal de Guayaquil ha indicado que se suspenden los cortejos fúnebres a pie, pero los deudos pueden ir con sus difuntos en carrozas adecuadas para tal fin, sin realizar ninguna caravana, siguiendo el normal flujo de tráfico por las avenidas antes mencionadas.

Metodología

El presente artículo fue desarrollado mediante investigación bibliográfica, iniciándose por el curioso hecho narrado en la última parte de la sección anterior, lo que llevó al autor a plantearse las siguientes preguntas de investigación: ¿Los cortejos fúnebres son una tradición cultural no identificada en la ciudad de Guayaquil? ¿Se iniciaron en el siglo XX o en épocas anteriores? ¿Si es una tradición de larga data, por qué no se las ha considerado como parte del patrimonio inmaterial de la ciudad? ¿Es válido, por parte de la Autoridad de Tránsito de Guayaquil desaparecer esta costumbre, o se hace necesario hacerlo para “modernizar” a la ciudad? Finalmente, ¿qué investigaciones previas se han realizado con respecto a este tema?

Conclusiones

- a) Una vez revisada toda la información histórica, se puede concluir que, en efecto, la tradición de los cortejos fúnebres que incluye el traslado del cuerpo hacia el cementerio, haciéndolo pasar por las calles principales de la ciudad, inicia desde tiempos coloniales en el siglo XIV, y se mantuvo con fuerza hasta el primer mes del 2016, ya en el siglo XXI, por lo que se puede decir que es un hecho folklórico de larga data en la ciudad, y, en muchas ocasiones, se mezcla con las tradiciones católicas, el imaginario social de los habitantes locales y hasta con la superstición, puesto que, de no realizar el recorrido –según algunas personas de la tercera edad consultadas por el autor- existe la creencia que el alma del difunto vagaría sin rumbo, ya que no “recogió sus pasos”.
- b) Cómo se puede leer en las crónicas de los diarios locales en referencia a la suspensión de los cortejos fúnebres en Guayaquil, existe un comentario generalizado de forma negativa en relación a esta costumbre. Para muchas personas entrevistadas, estos homenajes póstumos solo eran pretexto para que ciertos delincuentes, disfrazados de deudos, cometieran diversos actos ilícitos, por lo que se aplaude la medida de suspensión de esta costumbre.
- c) Hay otras personas, por el contrario, que están buscando alternativas para evitar perder esta costumbre. Un grupo de ciudadanos está uniéndose para proponer a la Municipalidad que se permita la tradición de los

cortejos fúnebres, pero por calles alternativas a las avenidas principales, de tal forma que no se entorpezca el tráfico y se continúe con este rito, que, de una u otra forma, es parte de la vida cotidiana de la ciudad.

- d) En el transcurrir de la historia, como se ha comprobado en este artículo, el cabildo, o municipalidad y actual Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayaquil ha tratado de impedir que las honras fúnebres sean “exageradas”, ya sea porque, en algunos años, era de mal gusto, o porque se buscaba cierto decoro para no entorpecer la vida cotidiana. Aun así, frente a las prohibiciones, la tradición no se perdió, sino que se mantuvo firme con el paso de los años.
- e) En muchos pueblos y ciudades vecinas, con características urbano-rurales, se realiza el mismo tipo de recorrido: los vecinos, amigos y familiares llevan en hombros al fallecido, formando una caravana que recorre las calles principales y llega al cementerio de la localidad. En muchas de estas poblaciones, no existen salas de velación, por lo que los velorios se siguen efectuando en los domicilios.
- f) Debido a la observación de esta ritualidad en zonas rurales y urbano rurales, la tradición de los cortejos fúnebres es considerada como algo de “bajo valor” y “vergonzoso” para una ciudad como Guayaquil, que trata de presentar una imagen más “estandarizada” frente a los visitantes y turistas de otras partes del mundo. A pesar de esta idea, cuando una persona muy popular fallece, la tradición vuelve a aparecer, y se forman largas filas para acompañar a aquella persona a su última morada. Los casos más notables, por la cantidad de personas que asistieron a sus honras fúnebres, están las del cantante Julio Jaramillo, en 1978 –verdadero icono de la música popular contemporánea de Guayaquil- y las del ex presidente del Ecuador y ex alcalde de Guayaquil, Ing. León Febres-Cordero, en 2008. Paradójicamente, este último pidió ser sepultado en un cementerio en las afueras de la ciudad de Guayaquil, en una zona perteneciente a otro cantón de la provincia del Guayas.
- g) Finalmente, con el interés de algunos ciudadanos de presentar alternativas para que esta tradición no se pierda, sería recomendable que la autoridad municipal profundice en el tema, desde la óptica cultural, y ofrezca alternativas para quienes desean continuar con los cortejos fúnebres, de tal forma que el folklore urbano siga con vida en Guayaquil, y pueda servir como un vehículo para que las nuevas generaciones entiendan los procesos sociales que han sido –y siguen siendo- parte de la ciudad.

Referencias bibliográficas

Bruhns, K. O. (s.f.). Vestimentas en el Ecuador precolombino. *Arqueología del área intermedia* , 15.

Diario El Telégrafo. (27 de Enero de 2016). Ciudadanos analizan otras rutas de cortejos fúnebres en Guayaquil. *El Telégrafo*.

Diario El Telégrafo. (20 de Enero de 2016). La ATM prohíbe los cortejos fúnebres en Guayaquil. *El Telégrafo*.

Diario El Universo. (2 de Noviembre de 2014). Cementerios de Guayaquil acogen a unos 30 mil difuntos al año. *El Universo*.

Diario El Universo. (26 de enero de 2016). Agentes a la espera de cortejos fúnebres. *El Universo*.

El Universo. (11 de Noviembre de 2005). Paso de cortejo fúnebre. *El Universo* .

El Universo. (3 de octubre de 2008). Figuras de octubre, Lorenzo de Garaycoa. *El Universo*.

Estrada, J. (1994). *Del tiempo de la yapa*. Guayaquil: Diario El Universo.

Estrada, J. (1996). *Guía Histórica de Guayaquil*. Guayaquil: Cecilia Estrada Solá.

García, A. (21 de Agosto de 2015). Guayaquil es más antiguo de lo que se creía. *El Comercio*.

Gómez, J. (2005). *Crónicas, relatos y estampas de Guayaquil*. Guayaquil: Archivo Histórico del Guayas.

Gómez, J. (2 de Febrero de 2016). *La verdadera fundación de Guayaquil*. Obtenido de Efemerides: <http://www.efemerides.ec/1/julio/verdadera.htm>

Guayaquil pre colombino. *Exhibición de Cultura Milagro Quevedo*. Museo Municipal de Guayaquil, Guayaquil.

Morrison, A. (14 de Junio de 2008). *Tramz*. Obtenido de Los tranvías de Guayaquil: <http://www.tramz.com/ec/g/gs.html>

Real Academia Española. (27 de Enero de 2016). *Diccionario de la Real Academia Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es>

Rivet, P. (1994). Costumbres funerarias de los indios del Ecuador. En P. d. Neto, *Antología del Folklore Ecuatoriano* (págs. 69 - 77). Quito: Abyayala.

Rodas, G. (2002). *Grandes enfermedades que asolaron Quito y Guayaquil durante el siglo XVIII y el rol de la Iglesia frente a este problema*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

Rubio, G. (1994). Velorio de angelitos, solteras y adultos. En P. d. Neto, *Antología del Folklore Ecuatoriano* (págs. 193 - 195). Quito: Abyayala.

Universidad Estatal de Milagro. (3 de Septiembre de 2012). *UNEMI - Nuestras culturas*. Obtenido de Cultura Las Vegas: Costumbres funerarias: <http://culturaunemi.blogspot.com/>

Universidad Estatal de Milagro. (3 de Septiembre de 2012). *UNEMI - Nuestras culturas*. Obtenido de Cultura Las Vegas: ubicación y evolución: <http://culturaunemi.blogspot.com/search/label/Cultura%20Las%20Vegas%3A%2001%20Ubicaci%C3%B3n%20Evoluci%C3%B3n>

ⁱ Conjunto de personas que forma el acompañamiento en una ceremonia. Fuente: (Real Academia Española, 2016)

ⁱⁱ En Guayaquil, al menos de lo observado por el autor de este artículo, hablar de la muerte es tomado como un signo de mala suerte. Muchas personas, al mencionar el tema, prefieren evitarlo diciendo que se la está llamando (a la muerte).

ⁱⁱⁱ La República del Ecuador presenta cuatro zonas naturales: Costa o Litoral; Sierra o Interandina y Amazonía u Oriente. Guayaquil se encuentra en la región Costa.

^{iv} Esta cultura llegó a la costa ecuatoriana hace más de 10.000 años, se la considera como una de las culturas más antiguas de Ecuador. Las Vegas, conocida también como el sitio OGS80, fue descubierta por una expedición enviada de la Universidad de Columbia, New York, bajo la dirección del investigador y científico *Edward P. Lanning*. A raíz de esto, el museo Antropológico del Banco Central del Ecuador, realizó intensos estudios dirigidos por la doctora *Karen Stothert*, que gracias a sus contribuciones y hallazgos se logró reconstruir la historia de Ecuador antes de la llegada de los españoles, sobre todo, en lo que respecta al área costera. (Universidad Estatal de Milagro, 2012)

^v La ciudad de Guayaquil fue fundada –o más bien, reubicada- por los españoles hacia el siglo XVI, pero los hallazgos de la llamada fase “Chorrera Guayaquil” indican que existió un grupo humano asentado en lo que actualmente es el norte de la ciudad. La cerámica hallada en el sitio guarda estrecha relación con la cultura Chorrera. (García, 2015)

^{vi} . La ciudad fue fundada, según historiadores del siglo XX, el 15 de agosto de 1534 en la región de Liribamba (actual Riobamba), y luego trasladada a la costa por razones estratégicas, estableciéndose en “un lugar cercano a la boca del río Yaguachi sobre el río Amay (Babahoyo), y se la conoció como Santiago de Amay (1535). Asaltada e incendiada por los bravíos Chonos se mudó a la culata del río con el nombre de Santiago de la Culata (1536). Nuevamente asolada, esta vez por la alianza de Chonos y Punáes, escapó a otro lugar y fue reconocida como Santiago de la Nueva Castilla (1537). En recurrencia trágica se refugió entre los huancavilcas “que eran gente de paz” (1542), pero nuevamente debieron huir, esta vez a la vera de un pueblo indígena llamado “Guayaquile” (1543)”. (Gómez, La verdadera fundación de Guayaquil, 2016)

^{vii} Guayaquil “adoptó” como fecha de fundación el 25 de julio de cada año, en sesión de cabildo del día 24 de julio de 1781, indicando que en la fiesta del Santo Patrono de la ciudad (Apóstol Santiago) debía “solemnizarse con el paseo del “Real Estandarte, en memoria de la conquista de la ciudad y su provincia”. (Gómez, La verdadera fundación de Guayaquil, 2016).

^{viii} Modesto Chávez Franco (Santa Rosa, provincia de El Oro, 22 de noviembre de 1872, - Guayaquil, 14 de mayo de 1952, Folklorista, historiador y periodista. En 1930 obtuvo el “Premio Único” en el concurso histórico promovido por la Municipalidad de Guayaquil, en el que participó presentando sus notables “Crónicas del Guayaquil Antiguo”, y al año siguiente, en homenaje a sus méritos recibió el título de “Cronista Vitalicio de Guayaquil”

^{ix} El cabildo, comandado por el regidor designado por el rey, era la institución civil que gobernaba en todos los asuntos de interés público de la ciudad.

^x Lorenzo de Garayoca nació en Quito el 10 de agosto de 1794, en el hogar del español Francisco de Garaycoa y María Eufemia Llaguno, que procrearon una larga familia de patriotas. Impulsó sobremanera los planes emancipadores y en la noche del 8 al 9 de octubre estuvo con Luis Urdaneta en la toma del cuartel Daule, de donde marchó con los mismos voluntarios y un medio escuadrón comandado por

Francisco de Paula Lavayen para conseguir la rendición de la batería Las Cruces, ubicada al sur de la ciudad. (El Universo, 2008)

^{xi} Simón Bolívar llegó a convertirse en “presidente” de los sitios que liberó, los que actualmente conforman los territorios de Colombia, Venezuela, Ecuador y Panamá, y que se le dio el nombre de Gran Colombia, por eso se le pidió su anuencia para la construcción de un panteón para Guayaquil. Hay que recordar que Ecuador se separa de la Gran Colombia y se declara república independiente en 1830.

^{xii} “Atarazana” es el nombre actual de una ciudadela al norte de Guayaquil, tomando el nombre de la antigua hacienda ahí ubicada.

^{xiii} Entre 1862 y 1876 existió en la ciudad de Guayaquil la llamada “Empresa de Baños del Salado”, que era una especie de balneario ubicado donde actualmente se encuentra el Malecón del Salado. Esta empresa colocó, para facilitar el acceso a sus instalaciones, una suerte de tranvía a tracción animal, que fue inaugurada el 20 de julio de 1873. Cuando se creó la Empresa de Carros Urbanos de la ciudad, el 20 de noviembre de 1883, adquirió esas líneas del Salado, que ya para ese momento llegaban hasta el cementerio. (Morrison, 2008)

^{xiv} Chicha: f. amer. Bebida alcohólica que resulta de la fermentación del maíz en agua azucarada o de la del zumo de uva o manzana.

^{xv} Las rosquitas son una especie de pan pequeño en forma de aro y muy fino, preparados en algunas panaderías. Casi siempre se sirven acompañados por café en los velorios, aunque también es un alimento popular. Muchas veces se habla de “cafetear” a alguien, o se menciona al “café con rosca” cuando se habla de una persona que va a morir y será velado. En la actualidad, las rosquitas también se venden de forma industrializada.

^{xvi} El autor ha tenido oportunidad de asistir a velorios de factura similar, en la zona urbano-rural de otras provincias de la Costa del Ecuador, y en la mayoría de casos, se sirve mucha más comida durante la madrugada a los asistentes al velorio.

^{xvii} De acuerdo a palabras de la autora Jenny Estrada: “...Porque venga de donde viniese –como buen guayaquileño- el muerto tenía que cruzar por el bulevar (calle Nueve de Octubre)”. (Estrada J. , 1994)

^{xviii} Entre los cinco cementerios están sepultadas aproximadamente 644.384 personas. En el cementerio del Suburbio ya no hay espacio para sepultar a nadie más. (Diario El Universo, 2014)

012. VALIDACIÓN DE UN PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE LOS COSTOS DE CALIDAD EN EL HOTEL "X".

Autores:

Mónica Angelina Pérez Zulueta

Licenciada en Contabilidad y Finanzas, Máster en Gestión Turística. Docente tiempo completo, Universidad ECOTEC, Ecuador.

mperez@ecotec.edu.ec

Franklin Marcelo Mora Méndez

Licenciado en Turismo Histórico Cultural. Magister en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales. Docente Universidad de Guayaquil. Ecuador.

mora53franklin@hotmail.com

Charlie Manuel Luna Carvajal

Licenciado en Turismo y Hotelería, Ecuador

RESUMEN

Este trabajo, trata la problemática de la gestión de la calidad desde la perspectiva de los costos que se incurren en la hotelería y que no son identificados para su control y análisis, es así que el propósito que se persigue es el de validar un procedimiento de gestión para los costos de calidad del Hotel X, en la 2da mitad de 2015.

Para ello se aplican métodos teóricos, empíricos y estadísticos, siendo estos los siguientes: revisión documental, método de expertos, tormenta de ideas y el diagrama de Pareto para determinar aquellos costos de calidad que representan los pocos vitales y que por tanto requieren acciones rápidas.

El análisis arroja que en el Hotel no se realiza ningún manejo de cuentas relacionadas a la calidad, además existen rubros de gastos que inciden negativamente en la rentabilidad. Los objetivos estratégicos deberán direccionarse a la misión diseñada.

Los resultados se resumen en un procedimiento validado a través de la identificación de los procesos claves del objeto de estudio, un adecuado establecimiento de orden de importancia, el cálculo de los costos de calidad según su categoría y frecuencia. Se observa además que no existe una inversión adecuada en costos de evaluación, imposibilitando esto el establecimiento de mejoras, la realización de auditorías y la retroalimentación necesaria.

Se propone un plan de acción enfocado específicamente a las fallas internas que resultaron ser más del 45% de los rubros identificados, esto provoca reprocesos y desperdicios que, con un adecuado plan de calidad, desaparecen.

Palabras claves: Hotel, Turismo, Calidad, Costos, Prevención, Evaluación, Fallas internas y externas.

INTRODUCCIÓN

El turismo, tanto como sector económico como disciplina académica, ha crecido en proporción visible si se compara con otras áreas temáticas de desarrollo mundial. Es un fenómeno que se encuentra en constante innovación y desarrollo, en cuyos pilares y componentes se basa el PIB de muchos países, sobre todo de aquellos que se encuentran aún en vía de desarrollo.

La hotelería es un sector que va ligado necesariamente al Turismo, muchos autores lo consideran como tal (Muñoz Escalona, 2010) “Contar con hoteles fue, es y sigue siendo la condición sine qua non para que un destino alcance la naturaleza de turístico. Los alojamientos hoteleros son desde entonces¹ el corazón del turismo”. La gestión de infraestructuras hoteleras cerca de los atractivos existentes, es un problema en el Ecuador, esto ha hecho que cerca del 80% de los recursos turísticos con los que se cuenta no sean aprovechados.

Al ser la hotelería el apoyo principal en el devenir de turistas de una región o país a otro, se considera importante abordar el Turismo y su desarrollo como factor principal en la demanda hotelera.

Es importante enfatizar el impacto que tiene el turismo a nivel nacional, cuyo desarrollo a nivel mundial lo posiciona en una de las empresas más atractivas para el desarrollo económico. Si se observan las estadísticas del sector en cuestión, se deducirá su importancia. Según el (Ministerio de Turismo 2015) en su informe titulado Principales Indicadores de Turismo 2015, el Turismo se constituye como el 3er renglón de la Economía (dentro de las exportaciones no petroleras). El ingreso en divisa por concepto de turismo ascendió en el 2014 a 1086,5 millones de dólares. Sin dudas es una participación considerable en la economía nacional y la tendencia es al aumento.

Lo anteriormente planteado hace que los órganos rectores del turismo, la superestructura y los ejecutores (agencias, operadoras, etc.) el gobierno y las universidades para validar su pertinencia, pongan sus recursos en función de contribuir a este sector potencial, y esto se hace a partir de las problemáticas detectadas.

El trabajo investigativo realizado, busca evaluar alternativas de acción que permitan mejorar la calidad y rentabilidad de los costos asociados al servicio que se presta en la hotelería, pero esto debe hacerse desde dentro de las instalaciones, es decir analizando cada proceso, área y actividad que involucran sus resultados e insumos para el servicio final conocido como *momento de la verdad* que es cuando se da frente al cliente.

El Hotel, se encuentra ubicado en la ciudad de Salinas, en la costa ecuatoriana, importante balneario turístico, con gran flujo de turistas nacionales y extranjeros, constituyéndose de esta forma, en el objeto de estudio de esta investigación. El mismo, cuenta con los típicos servicios de alojamiento que se brindan en la mayoría de los hoteles de la zona, aunque se debe hacer énfasis en la peculiar fidelidad de su clientela quienes regresan una y otra a repetir el servicio. A pesar de ello, persisten situaciones negativas en varios aspectos.

Una misión y visión desenfocada, constituida desde hace varios años y habiendo sido descuidada, no garantiza el devenir exitoso de esta entidad que en el momento actual presenta considerables gastos debido a la falta de

¹ Se refiere a las últimas décadas del siglo XIX y primeras del siglo XX.

calidad con que se ejecutan las actividades. Esto provoca la reinversión de recursos en reprocesos, quejas de clientes, e insatisfacción.

El problema también tiene origen en la alta rotación del personal lo que implica el aumento de capital para capacitación del talento humano. Si se analiza superficialmente la causa de la rotación se deducirá un clima laboral desfavorable y tenso que como parte de esta cadena de errores, incide en la motivación, compromiso y sentido de pertinencia del cliente interno.

Tomando en cuenta lo anterior, el propósito de este trabajo es el de validar un procedimiento para la gestión de los costos de calidad, que garantice el enfoque sistémico y la conformidad con los procesos seleccionados del Hotel "X".

A manera de sistematización de esta meta, se plantean tres tareas importantes: (1) fundamentar el estado del arte relacionado a la calidad del servicio en la hotelería así como el establecimiento de metodologías a través de los costos de conformidad y no conformidad; (2) diagnosticar el estado actual de gestión de los procesos a través de una metodología coherente y significativa para el área de estudio; y (3) proponer un procedimiento de gestión de los costos de calidad que coadyuven a la rentabilidad e imagen del hotel, garantizando el enfoque sistémico y de procesos en la operación de la entidad.

Este trabajo, teóricamente, aborda conceptos y magnitudes que, relacionados explican el problema, siendo estos el vínculo entre motivación y pertinencia del cliente interno y la satisfacción y fidelización del cliente externo; el inevitable nexo entre el compromiso de la alta dirección y el diseño y ejecución de planes de mejoras; la importancia de la identificación de los costos de calidad y su gestión de acuerdo a la importancia y relevancia de los mismos.

Al continuar hacia el aspecto diagnóstico metodológico se debe señalar el uso de métodos innovadores, que permitieron la validación del procedimiento a través del criterio de expertos. Se enfatiza en la utilidad de poder ser utilizados en otras investigaciones que tengan objetivos similares de medición.

En la práctica, se contará con un procedimiento capaz de medir tanto cualitativa como cuantitativamente, la gestión actual de las actividades que involucran las diversas áreas del Hotel enfocadas al cliente, desde la perspectiva sistémica y de procesos, resultando en acciones que impactan en la rentabilidad y productividad, entre otras.

La calidad del servicio es un tema de actualidad y relevancia para el Ecuador, por vez primera se observa un verdadero enfoque de los productos y servicios hacia esta ciencia y el turismo como sector estratégico de desarrollo no se encuentra exento. Este hecho también aporta a demostrar la pertinencia y necesidad de investigación del tema de este trabajo.

Existe un impacto social que se deriva de los resultados de este trabajo, y es su contribución en el fomento de una educación y cultura hacia la calidad de los involucrados como gestores de la misma en el Hotel. Esta educación no solo aborda beneficios en términos económicos sino que garantiza el cuidado del medio ambiente y de los recursos que están a disposición al evitar los reprocesos y desperdicios.

DESARROLLO

La teoría representa la base sobre la que todo análisis, evaluación y propuesta de investigación, se asienta, e identificar aquella literatura y temas relevantes y

pertinentes, que soportan el diseño posterior de una investigación, resulta la mayoría de las veces difícil. Es por ello que las definiciones, conceptos y corrientes de pensamiento y acción que se abordan en este capítulo, intentarán mantenerse apegadas a las magnitudes de estudio determinadas con anterioridad, siendo éstas las siguientes:

- La calidad como factor de competencia en la gestión empresarial.
- La relación existente entre el crecimiento sostenible del Turismo como sector económico y la gestión de la calidad.

La calidad como factor de competitividad empresarial

La Organización Mundial del Turismo (1998) plantea entre sus múltiples recomendaciones que las ventajas que aporta la calidad total del turismo son potenciar la diferenciación frente a la competencia, a través de una mejor imagen de un destino turístico, un posicionamiento más fuerte, reducción de los gastos y un incremento de los ingresos (Millet, s/f).

Es por ello que (Ejarque, 2005) citado por (Millet, s/f), afirma que los elementos que diferencian un destino turístico de otro son:

- Una publicidad permanente adecuada del destino.
- Mejora de la calidad de vida del destino: como la tranquilidad, hospitalidad y seguridad.
- La fidelización del cliente mediante un fortalecimiento de la imagen del destino turístico.
- La integración entre el turista y el residente en la zona
- El respeto y la sostenibilidad del entorno.
- Una buena reputación del destino turístico.

Los cambios por los cuales pasan las empresas del sector turístico, originadas por una variación en la demanda y por una fuerte competencia en el mercado turístico presionan para la implantación de estrategias cada vez más eficientes en cuanto a la relación calidad- precio de los productos o servicios turísticos ofrecidos.

En la revisión de la literatura se destaca que existen diferentes estrategias que permiten a los destinos turísticos enfrentarse a la situación actual (Johnson, 2006; Rodríguez Antón y Alonso Almeida, 2008), entre ellas (Millet, s/f) comenta:

- La estrategia basada en bajos precios y un bajo valor añadido para el turista.
- La estrategia de diferenciación que es aquella que incrementa el valor del destino turístico para el turista por medio de una mejor relación precio/calidad, mayor calidad del producto y del entorno, control de calidad y eficiencia empresarial, innovación y diversificación de productos y fidelización de clientes, a través de marketing especializado, investigación permanente, alta coordinación en el producto y en los canales de distribución.

La preocupación por la calidad en el sector turístico es un hecho bastante reciente, ya que previamente se preocupaba por el precio como variable para distinguir un destino competitivo de otro, sin embargo en este momento se busca con la calidad competir con otros destinos turísticos. Esto es debido a que cada vez parece existir mayor consenso acerca de la importancia de la calidad en la estrategia competitiva de la empresa turística (Millet, s/f).

LA CALIDAD EN EL TURISMO

El enfoque de Calidad Total surgió en la década de los 50 en ciertas industrias, donde se desarrolló un concepto de calidad dirigido a lograr que sus productos cumplieren las especificaciones marcadas (peso, duración, resistencia, rapidez).

Realizaban controles periódicos para evitar que productos defectuosos saliesen al mercado. Gradualmente, las empresas se dieron cuenta de que era más eficaz aprender a no cometer errores, desarrollando sistemas que les permitiesen asegurar la calidad de sus productos.

Así, uno de los conceptos de calidad la definen como “la satisfacción de las necesidades y expectativas razonables de los clientes a un precio = o < del que ellos asignan al producto o servicio en función del valor que han recibido y percibido” (Pérez, 1994).

De este concepto se pueden deducir:

- Los clientes son los que evalúan la relación satisfacción/precio
- Los turistas basan su criterio en las expectativas
- Es importante que el precio se ajuste al valor real que el servicio aporta al turista.

Asimismo, en función del grado de satisfacción que pueden aportar los atributos de un producto/servicio, la calidad tiene 2 dimensiones:

- Calidad Obligatoria: se refiere a aquellos aspectos que son esperados por el cliente. Si no se cumplen insatisfecho
- Calidad Atractiva: se refiere a los aspectos que van más allá de lo esperado y que lo sorprenden. Si no se cumplen no defrauda

COSTOS DE CALIDAD

Se entienden como costos de calidad aquéllos incurridos en el diseño, implementación, operación y mantenimiento de los sistemas de calidad de una organización.

De prevención:

Son el costo de todas las actividades llevadas a cabo para evitar defectos en el diseño y desarrollo; en las compras de insumos, equipos, instalaciones y materiales; en la mano de obra, y en otros aspectos del inicio y creación de un producto o servicio.

De evaluación

Se incurre en estos costos al realizar: inspecciones, pruebas y otras evaluaciones planeadas que se usan para determinar si lo producido, los programas o los servicios cumplen con los requisitos establecidos.

Costos de falla/fracaso

Están asociados con cosas que no se ajustan o que no se desempeñan conforme a los requisitos, así como con los relacionados con incumplimientos de ofrecimientos a los consumidores, se incluyen todos los materiales y mano de obra involucrada. Puede llegarse hasta rubros relativos a la pérdida de confianza del cliente.

METODOLOGÍA

Observación directa: se utiliza durante la mayor parte de la investigación, al constatar los hechos y fenómenos que se relacionan con las variables identificadas.

Entrevistas: para esta investigación se aplican a directivos, expertos y clientes tanto internos como externos. Se trata de medir entre otros aspectos, los siguientes: percepción de calidad y servicio, satisfacción y motivación, indicadores necesarios para la mejora continua, explicaciones sobre la relación entre conceptos, etc.

La entrevista que aquí se propone es de carácter no estructurada e informal, por lo que no se presenta una guía preconcebida sino que a medida que se desarrollan los pasos de la investigación, se van cuestionando los diferentes entes que coadyuvan a la obtención de información por supuesto, a la comprensión de ésta.

Método de expertos: se utiliza como fuente de información a un grupo de personas a las que se supone un conocimiento elevado y caracterizado de la materia que se va a tratar.

El objetivo principal en la aplicación de esta metodología fue para concretar en diseño de un procedimiento de gestión de los costos de calidad, mismo que se presenta a continuación:

Objetivos del procedimiento:

- ✓ Fomentar una cultura de calidad como una práctica sistemática y relevante en la toma de decisiones de empresas turísticas.
- ✓ Lograr la retroalimentación de los especialistas de las entidades de servicios para la mejora continua de esta actividad y el análisis de los costos de calidad.
- ✓ Disponer de una herramienta objetiva, sencilla de comprender y aplicar, que permita la medición y gestión de los costos de calidad.

Estructura del procedimiento

Etapa 1. Diagnóstico

En esta primera etapa se hace un diagnóstico del hotel, donde se incluye: caracterización, visión, misión y objetivos estratégicos del mismo con la revisión de los documentos administrativos y contables, detectándose si en la entidad se evalúan los costos objeto de estudio.

Etapa II. Identificación de los costos de calidad

En esta etapa se procede a identificar los costos de calidad en los documentos contables y la clasificación de estos por áreas claves. **(Se muestra en la página siguiente).**

Etapa III. Evaluación de los costos de calidad

En esta etapa participan personas que puedan proporcionar criterios importantes dado el grado de experiencia acumulado en la actividad que realizan. Es una etapa que implica a la mayoría de los trabajadores del hotel

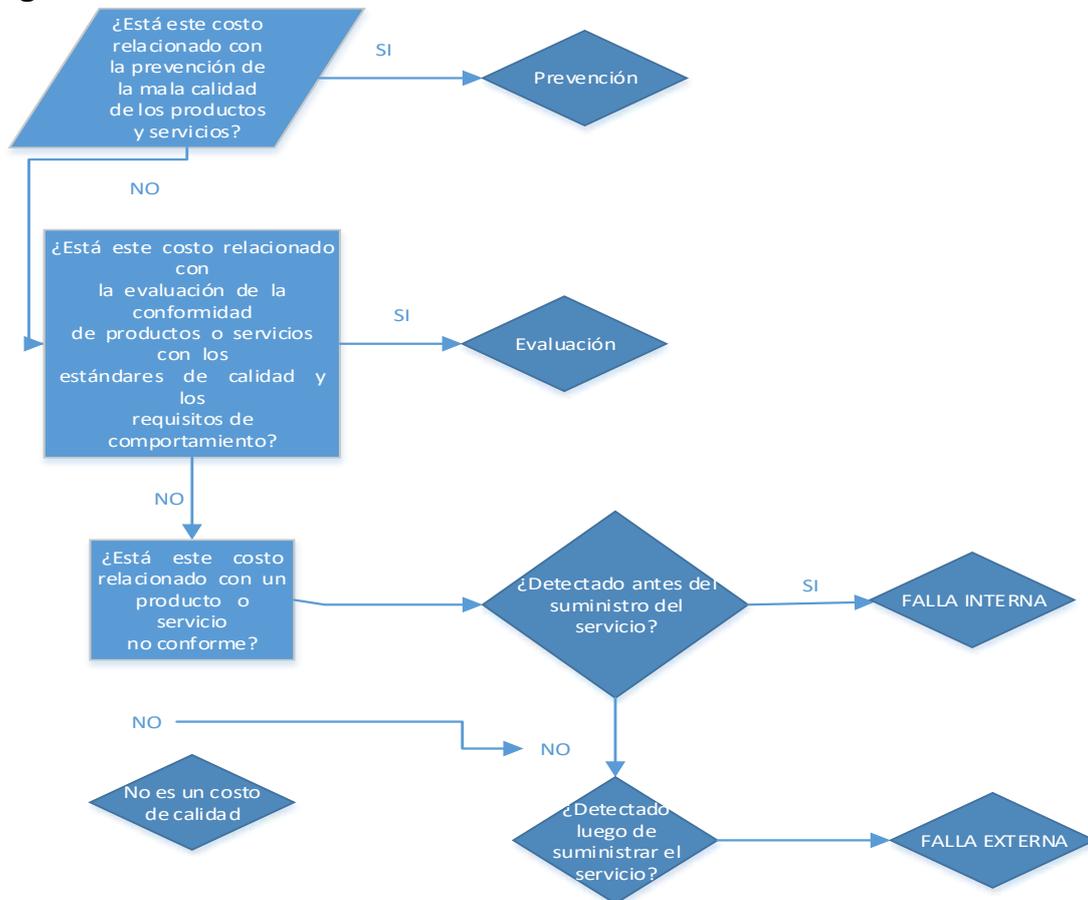
pues participan todas las áreas que ejecutan actividades inherentes a los procesos seleccionados.

Paso I. Evaluación de los especialistas para la determinación de áreas claves

Método de selección de Expertos.

Para la selección de expertos se utiliza el llamado coeficiente de competencia (K), que se calcula de la forma siguiente:

Diagrama 1. Clasificación de los costos de calidad



Fuente: elaboración propia

$$K = (Kc + Ka) / 2$$

Dónde:

Kc: es el coeficiente de conocimiento o información que tiene el experto acerca del problema.

Ka: es el coeficiente de argumentación o fundamentación de los criterios para cada experto.

Paso II. Determinación de las áreas claves

En este paso los expertos llevan a cabo una Tormenta de Ideas para determinar las áreas claves, luego se le aplica un cuestionario a cada uno de ellos donde se les pide que le den el orden de prioridad que le otorgan a dichas áreas, según el peso de los costos de calidad dentro de estas.

Paso III. Identificación de los costos que más peso e importancia tienen dentro de las áreas claves del hotel

En este paso se identifican los costos que más peso e importancia tienen dentro de las áreas claves de la entidad a través del diagrama de Pareto.

Validación del procedimiento

Análisis preliminar de los costos de calidad

Se pudo constatar que en la entidad objeto de estudio no se evalúan los costos de calidad mediante algún procedimiento en específico, simplemente se exponen las cifras que representan los mismos al cierre de cada período y de cada ejercicio, en el Balance de Resultados por Áreas, trayendo como consecuencia insuficiencias en el proceso de toma de decisiones.

Etapa II. Identificación de los costos de calidad

Clasificación de los costos de calidad por áreas

A continuación se presentan los datos recopilados de la información financiera presentada por el Hotel.

Tabla 1 Alojamiento

Clasificación de Costos	Partidas	USD
PREVENCIÓN	Gratificaciones	3 540,46
	Prestaciones monetarias	1 560,00
FALLOS INTERNOS	Floristería	674,03
	Vajilla y cristalería	173,58
	Lencería, menaje y útiles varios	3053,50
	Total	9001,57

Fuente: elaboración propia

Tabla 2 Seguridad

Clasificación de Costos	Partidas	USD
PREVENCIÓN	Gratificaciones	625,00
	Prestaciones monetarias	160,00
	Seguridad Externa del Hotel	2280,00
	Total	3065,00

Fuente: elaboración propia

Tabla 3 Administración

Clasificación de Costos	Partidas	USD
PREVENCIÓN	Gratificaciones	862,00
	Prestaciones monetarias	320,00
	Previsión para cuentas malas	500,00
	Total	1682,00

Fuente: elaboración propia

Tabla 4 Departamento de Ventas

Clasificación de Costos	Partidas	USD
PREVENCIÓN	Campañas y acciones de publicidad	535,00
	Producción de creatividad	256,00
	Gestión de instrumentos de venta	128,00
	Varios publicidad	267,00
	Total	1168,00

Fuente: elaboración propia

Tabla 5 Sistemas

Clasificación de Costos	Partidas	USD
PREVENCIÓN	Conservación de equipos informáticos	120,00
FALLA INTERNA	Reparación de equipos informáticos	430,00
	Total	550,00

Fuente: elaboración propia

Tabla 6 Mantenimiento

Clasificación de Costos	Partidas	USD
PREVENCIÓN	Gratificaciones	478,00
	Prestaciones monetarias	239,00
	Total	717,00

Fuente: elaboración propia

Tabla 7 Calidad

Clasificación de Costos	Partidas	USD
FALLA EXTERNA	Indemnizaciones a clientes	246,00
	Total	246,00

Fuente: elaboración propia

Tabla 8 Restauración

Clasificación de Costos	Partidas	USD
PREVENCIÓN	Gratificaciones	389,00
	Prestaciones monetarias	228,00
FALLA INTERNA	Cristalería y Vajilla	476,00
	Menaje y útiles varios	637,00
	Total	1730,00

Fuente: elaboración propia

En las tablas expuestas anteriormente, solo se exponen las partidas y rubros considerados para aquellas áreas consideradas por el autor como importantes.

Etapas III. Evaluación de los costos de calidad

A partir de estos resultados, se procede a dar orden de prioridad a las áreas identificadas para establecer en cuáles se debe accionar primero, partiendo del criterio de selección del monto de inversión en costos de calidad que

representan así como de su funcionalidad como claves dentro de la operación normal del Hotel, quedando las siguientes:

- ✓ Alojamiento
- ✓ Restauración
- ✓ Gestión de la calidad

Paso I. Identificación de los costos que más peso e importancia tienen dentro de las áreas claves del hotel

Se realiza una distribución de frecuencia teniendo en cuenta las partidas de calidad que componen a cada una de las áreas identificadas como claves.

Tabla 9 Cálculo de frecuencia de los costos de calidad

Partidas	FA (\$)	FAA	FR	FRA (%)
Gratificaciones	3929,46	3929,46	0,36	35,80
Lencería, menaje, útiles varios	3690,5	7619,96	0,34	33,62
Prestaciones monetarias	1788	9407,96	0,16	16,29
Floristería	674	10081,96	0,06	6,14
Vajilla y cristalería	649,58	10731,54	0,06	5,92
Indemnizaciones a clientes	246	10977,54	0,02	2,24
TOTAL	10977,54		1,00	

LEYENDA:

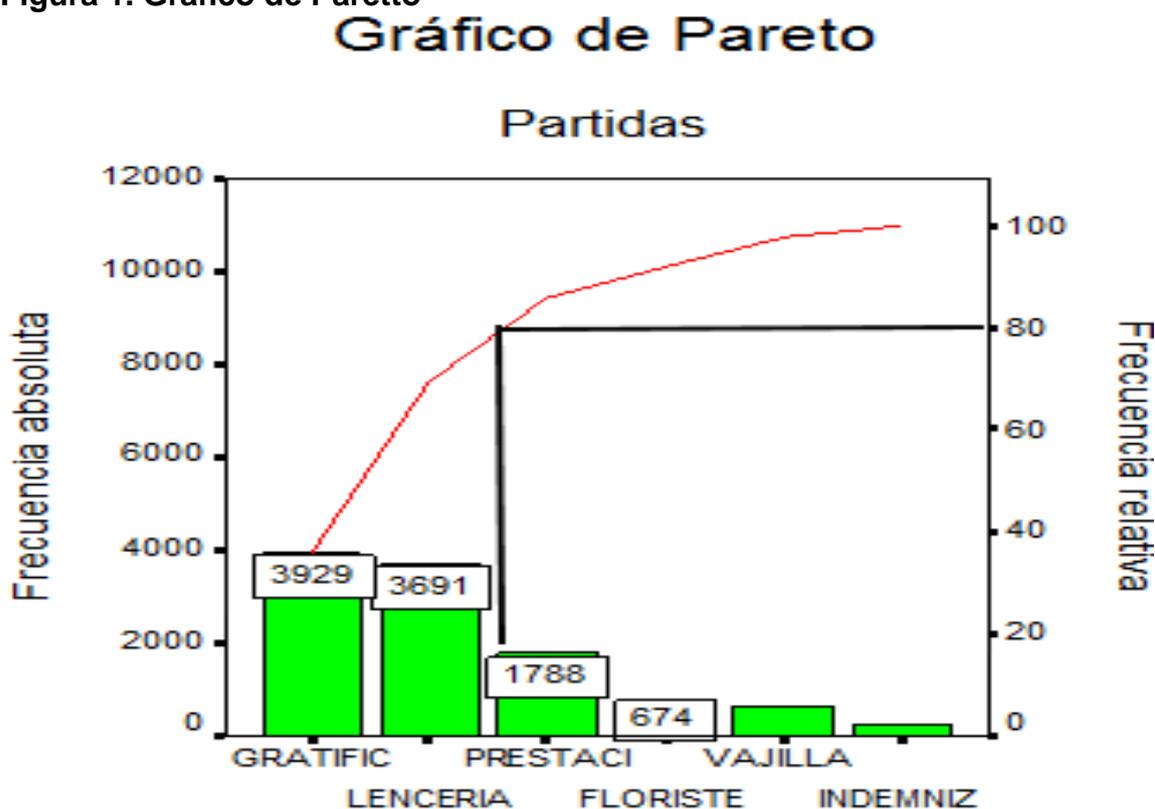
FA: frecuencia absoluta

FAA: frecuencia absoluta acumulada

FR: frecuencia relativa

FRA: frecuencia relativa acumulada

Figura 1. Gráfico de Pareto



Fuente: elaboración propia a partir del software SPSS
Análisis de los datos que ofrece el Diagrama de Pareto

Considerando los datos de la figura anterior se puede identificar que los costos de calidad que constituyen los pocos vitales son: gratificaciones y lencería, menaje y útiles varios, es decir, son estos los elementos más importantes a tener en cuenta, pues son las partidas de mayor cuantía en lo que a costos de calidad se refiere dentro de las cuatro áreas de resultados claves de esta investigación. Esto da la medida del orden de prioridad que hay que establecer, ya que si se tiene en cuenta que las gratificaciones representan el 36 % del total de los costos de calidad y de otro lado la lencería, menaje y útiles varios conforman el 31 % de dicho total, será preciso que los directivos del hotel conjuntamente con el personal de calidad y de contabilidad tomen las medidas pertinentes para su control y disminución.

Mediante la siguiente tabla se analiza el comportamiento de los ratios de costos de calidad:

Tabla 10 Cálculo del costo por categoría

COSTO DE CALIDAD	FÓRMULA	MONTO	PORCIENTO
Prevención	$CP/CTQ*100$	5717,46	52,08
Evaluación	$CE/CTQ*100$	-	-
Fallas internas	$CFI/CTQ*100$	5013,48	45,67
Fallas externas	$CFE/CTQ*100$	246	2,25
COSTOS TOTALES DE CALIDAD		10977,54	100

Fuente: elaboración propia

Según se observa en la tabla 10, la inversión en calidad, se hace en la prevención y en la corrección de fallas internas. El problema fundamental radica en la no implementación de instrumentos o medios para evaluar la calidad, encontrándose esta acción de vital importancia ya que ayuda a corregir a tiempo las desviaciones que puedan existir en cuanto al cumplimiento de estándares.

A pesar de que el costo por fallas externas representa solo el 2,25%, no se debe descuidar y tampoco dejar de reconocer que las implicaciones y magnitudes de una falla externa, pueden ser catastróficas para la organización si no se siguen y tratan de corregir.

Este tipo de costos que es intangible y que por tanto la medición es más inexacta y difícil, es muchas veces tal y como lo describen los autores en la literatura consultada: un iceberg que solo muestra la punta del problema.

CONCLUSIONES

- ✓ El estudio de la literatura existente, demostró la evolución que ha sufrido la gestión de calidad desde que hace ya más de medio siglo floreció en los servicios, permitiendo establecer estándares y parámetros para asegurar la conformidad en este sector.
- ✓ El turismo representa un sector estratégico para el desarrollo del país por lo que todas las acciones que se emprendan, deben hacerse con conciencia y cultura de calidad, enfocados por tanto a la mejora continua y a la garantía de los procesos de las diversas empresas turísticas, si se parte de la importancia

que representa la gestión de la calidad como factor de competitividad en el turismo.

✓ Se diseñó un procedimiento para gestionar los costos de calidad que es coherente con la literatura revisada y que además se encuentra sustentado sobre la base de métodos y técnicas de investigación científica de probada fiabilidad tales como: método de expertos, tormenta de ideas y el diagrama de Pareto.

✓ Se validó el procedimiento propuesto destacándose los siguientes aspectos: los costos que suponen los pocos vitales son los de prevención y fallas internas, por lo que esta correlación supone que la inversión para mantener la calidad no está siendo aprovechada.

✓ No existe inversión en evaluación de la calidad lo que no permite al Hotel objeto de estudio realizar auditorías de la calidad, retroalimentaciones en tiempo real y menos establecer planes de mejora.

BIBLIOGRAFÍA

Almirón, A. V. (2004). TURISMO Y ESPACIO. APORTES PARA OTRA GEOGRAFÍA DEL TURISMO. *GEOUSP - Espaço e Tempo*, pp. 166 - 180.

Blaque. (1999). *Servicios Hoteleros*. Londres.

Castillo Nechar, M., & Panosso Netto, A. (2010). *Epistemología del Turismo: estudios críticos*. México: Trillas.

Falcón, J. (2013). *Metodo Analítico- sintético*. Frezi.

Gallegos, P. R. (2000). *Teoría e investigación para la práctica docente*. Mexico: La Praxis S.A.

Gryna, J. y. (1993). *Calidad Total*.

Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). Outline of the general teaching of tourism. Seminars für Fremdenverkehr und Verkehrspolitik an der Handels-Hochschule. St. Gallen 1. Zurich.

Jafar, J. (Julio de 2005). *La científicación del Turismo*. Obtenido de www.eumed.net/ce/: www.eumed.net/ce/2005/jafari.htm

La Sociedad de Naciones. (1937). *Monografías.com*. Obtenido de Monografías.com: <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo-sostenible/turismo-sostenible.shtml>

Mar Almeida, L. B. (s.f.). *Gestión de la Calidad de los procesos Turísticos*. Madrid: Sintesis S.A .

Millet, O. F. (s/f). *La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing*. EUMED.NET.

Muñoz Escalona, F. (14 de octubre de 2010). *Boletín-rurístico.com*. Recuperado el 10 de febrero de 2015, de <http://www.boletin-turistico.com/blogs-de-turismo/item/1846-las-generosas-fuentes-alpinas>

Muñoz Escalona, F. (14 de octubre de 2010). *Boletín-Turístico.com*. Recuperado el 10 de febrero de 2015, de <http://www.boletin-turistico.com/blogs-de-turismo/item/1846-las-generosas-fuentes-alpinas>

Najar, V. (1991). *Marketing de Servicio*. Madrid.

Organización Mundial del Turismo. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid, España.

Peréz, G. (1996). *Metodología de la Investigación educativa*.

Pineiro. (1993). *El liderazgo y la Calidad en el Sector Hotelero*.

Planeación Estratégica. (3 de Marzo de 2009). *Google*. Recuperado el 08 de Octubre de 2014, de <http://planeacionestrategica.blogspot.es/1236115440/>

Rodriguez, M. L. (2010). *El método Delphi o de panel de expertos*. EE. UU.

Rubenstein. (1982). *Servicio al cliente*.

Saavedra, G. R. (2011). *Gestion Empresarial*. Madrid.

Schumpeter, J. (1935). *Gestion de Calidad*.

Sifuentes, C. R. (8 de Mayo de 2012). *Philosophia, Scientia et Praxis . Filosofia, Ciencia e Investigacion Cientifica*.

Thompson, I. (2000). *google* . Recuperado el junio de 2014, de google.

Tomillo Noguero , F. (2007). *Principios y fundamentos de la teoría del turismo. Apuntes para el doctorado*. España.

013. LA PESCA DEPORTIVA, UNA TENDENCIA TURÍSTICA EN BRASIL.

Autores:

Ing. Erick Suárez Domínguez, M.Sc.

Universidad de Guayaquil
erick.suarezdo@ug.edu.ec

Lcda. Nadia Argudo Guevara, M.Sc.

Universidad de Guayaquil
nadia.argudog@ug.edu.ec

RESUMEN

Aficiones como la pesca deportiva tiene cerca de 25 millones de practicantes ocasionales en Brasil, según datos proporcionados en el “Manual Turismo de Pesca: Orientaciones Básicas” del Ministerio de Turismo, lo que se percibe como un mercado muy prometedor. Estas cifras condujeron plantearse la siguiente problemática ¿cómo satisfacer una fuerte demanda de servicios para un turismo de pesca deportiva, teniendo en cuenta los gustos y preferencias de los clientes potenciales?

El trabajo de investigación es de corte descriptivo y se basa en un análisis cualitativo dirigido a pescadores deportivos de todo Brasil. Se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia y los instrumentos de recolección de datos fueron entrevistas a profundidad y encuestas.

El estudio concluye con la definición del perfil del pescador deportivo brasileño y una propuesta de un plan de marketing turístico para el Hotel Aquafort Tour&Pesca que permite plantear estrategias acordes con los gustos y preferencias del target.

PALABRAS CLAVES: Perfil del consumidor, marketing turístico, turismo de pesca, hotelería, oferta turística.

INTRODUCCIÓN

El mundo ha experimentado cambios económicos trascendentales en esta última década y esto se ve reflejado en la nueva distribución del PIB mundial. Esta mudanza se debe a la aparición de nuevos actores en la economía global, como los países emergentes conformados por: Brasil, China, India y Rusia. (FIORINA, 2012)

En muchos de los casos el crecimiento económico que han experimentado los países emergentes ha llevado a su población a adquirir nuevos gustos y preferencias en relación a las actividades de ocio que realizan. Brasil es un claro ejemplo de los cambios que su población está llevando, por esta razón la pesca deportiva nace como una afición muy popular en el país y ha llegado a tener cerca de 25 millones de practicantes ocasionales, según datos proporcionados en el "Manual Turismo de Pesca: Orientaciones Básicas" del Ministerio de Turismo.

Gracias al gran número de adeptos a la pesca, se ha vuelto muy populares los lugares llamados "Pesque e Pague" (Pesque y Pague, en español) en donde se puede practicar este deporte en piscinas o lagos artificiales en un ambiente familiar. Aquí la persona puede comprar el pez que ha atrapado para que pueda ser cocinado en las instalaciones del lugar o llevarlo a su casa.

Asimismo existen personas que prefieren pescar en compañía de amigos en lugares más naturales como ríos, estuarios, represas y mar. Estos turistas practican la modalidad "Pesque e Solte" (Pesque y Suelto, en español) que consiste en coger un pez tomarse una foto y soltarlo a su habitat natural para que otra persona también lo pueda pescar.

Por las razones y hechos antes expuestos se evidencia que la pesca deportiva en Brasil posee un gran potencial, de manera que nace la pregunta **¿cómo satisfacer una fuerte demanda de servicios para un turismo de pesca deportiva, teniendo en cuenta los gustos y preferencias de los clientes potenciales?**

Esta es una investigación descriptiva en donde se busca conocer el perfil de los pescadores deportivos brasileños con el fin de realizar un propuesta de un producto turístico apegado a los gustos y preferencias de estos.

Los resultados más importantes dentro de este trabajo es el establecimiento del perfil del pescador deportivo brasileño, es decir, establecer una línea base para futuras investigaciones.

DESARROLLO

El trabajo de investigación es de corte descriptivo y se basa en un análisis cualitativo que tiene como fin conocer los gustos y preferencias de una determinada población (Churchill & Lacobucci, 2006).

Con respecto a la población si bien es cierto existe un número muy grande de adeptos a la pesca deportiva (aproximadamente 25 millones) la población tomada

para esta investigación fue los 20.000, estos son los miembros pertenecientes a la Asociación Nacional de Ecología y Pesca Deportiva (ANEPE).

Con una población de 20.000 individuos la muestra utilizada en esta investigación se definió en 377, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza de 95%. La técnica de muestreo fue no probabilística por conveniencia y los datos fueron recolectados en dos fases. En la primera fase se realizaron 22 entrevistas a profundidad a miembros de ANEPE pertenecientes a los estados de Ceará, Santa Catarina, Sao Paulo y Río de Janeiro. En la segunda fase se envió el cuestionario a todos los miembros de la asociación distribuidos a lo largo de todo Brasil, se utilizó la plataforma tecnológica google formularios.

Los resultados de esta investigación están compuesto por 11 características que componen el perfil del pescador deportivo brasileño, las cuales son presentadas a continuación:

1. Edad y género

La distribución de edades de los pescadores deportivos se distribuye de la siguiente manera:

Edad	Porcentaje
15 – 30	14,8%
31 – 50	56,20%
51 – 70	29%

Tabla 1: Edad de los pescadores

Fuente: Autores

Con respecto al género es predominante la práctica de este deporte por parte de los hombres con un 70% y dejando un 30% a las mujeres.

2. Tiempo de dedicación a la pesca deportiva

En general, todos los encuestados dijeron que pescaban dos veces por mes, por lo general los fines de semana. Esto quiere decir que practican entre 28 y 48 días al año esta actividad. Una jornada de pesca dura en promedio 13 horas esto significa que un pescador deportivo pesca entre 364 y 624 horas por año.

3. Destinos de preferencia

Los pescadores deportivos tienden a realizar salidas tanto nacionales (fuera de su estado o región) como internacionales, estas salidas son planeadas una o dos veces durante el año.

Con respecto a los destinos nacionales de pesca se encuentra primero en la lista la región amazónica específicamente buscan pescar en el río Amazonas, porque este posee una gran variedad de peces y la jornada de pesca siempre es exitosa. Un día exitoso significa pescar un promedio de diez peces.

Los países que elijen los pescadores brasileños para realizar sus viajes de pesca son Argentina y Estados Unidos, ambos países son escogidos porque estos ofrecen destinos excepcionales para la pesca.

4. Gustos y preferencias en cuanto a las zonas de pesca

En general, las zonas de pesca que prefieren los pescadores son las represas y estuarios. Para ellos estos sitios representan un lugar en donde tienen la posibilidad de quedarse todo el día en sus barcos. Otra razón por la que prefieren estos sitios, es por la gran cantidad y variedad de peces que pueden encontrar, lo que significa un día de pesca exitoso.

En el estado de Ceará se aprecia especialmente la represa Castanhão, donde acuden la mayoría de los pescadores una a dos veces por mes, incluyendo los fines de semana (desde el jueves por la tarde hasta el domingo). También visitan estuarios como el Jaguaribe y Pirangi.

5. Duración de la estancia

La duración de la estancia varía según el tipo de lugar donde la pesca se lleva a cabo:

- En la región/estado de residencia, los pescadores llegan el jueves (mañana o tarde) y regresan el domingo por la mañana. Esto quiere decir que en promedio se quedan por lo menos tres noches en el lugar de pesca.
- En otras regiones/estados o incluso a nivel internacional se quedan en el lugar de pesca entre seis y siete noches.

6. Peces favoritos

La preferencia de los pescadores en términos de peces depende del tipo de agua en donde van a pescar:

- Agua dulce:

Casi todos los participantes mencionaron al Tucunaré (especie de peces nativa de la amazonía brasileña) como su pescado favorito. La razón principal por lo que prefieren este pez, es porque su pesca requiere un esfuerzo especial para poder sacarlo fuera del agua.

La segunda razón por la que han planteado es el hecho de que no hay una estación específica para la pesca, por lo tanto al Tucunaré se lo puede pescar durante todo el año.



Imagen 1: Tucunaré

Fuente: g1.globo.com

- Agua salada o salobre:

En este tipo de agua, los pescadores prefieren en primer lugar al Róbalo y en segundo lugar la Caranha (pescado típico de Brasil) y, por último, la Merluza que aparece en un tercer lugar. La pesca de estos tipos de peces es mucho más difícil durante la temporada de lluvias (marzo y mayo), debido a que el agua de los estuarios se vuelve muy dulce y los peces retornan al mar en donde existe mucho más alimento.



Imagen 2: Róbalo

Fuente: Aquafort Tour&Pesca

7. Tipo de cebo

En general, los participantes pescan con cebos artificiales, pero concuerdan que el mejor tipo de carnada es el camarón vivo, porque esta tiene un movimiento natural y esto hace que el pez sea más propenso a que muerda el anzuelo y por ende sea atrapado.

8. Gasto promedio

Para cualquier viaje de pesca los encuestados respondieron que el presupuesto se divide en alimentos, bebidas, servicios de pesca y alojamiento.

El gasto al igual que estadía se puede clasificar en dos grupos que son:

- En la región o estado de residencia

En general, los encuestados gastan entre R\$ 400 (\$1 23) y R\$ 700 (\$ 216) por persona para un fin de semana de tres noches (jueves a domingo). Este gasto no cuenta la gasolina utilizada durante el viaje.

- Fuera de la región o internacional

Para estancias que tienen lugar en otras regiones u otros países, los participantes gastan en promedio entre R\$ 3000 (\$ 927) y de R\$ 5000 (\$ 1546) por persona. Estos valores no cuentan los precios del pasaje aéreo.

9. Rutina

Los pescadores suelen viajar en grupos formados por parejas. Usualmente, estas parejas están formadas por dos hombres.

El día de pesca comienza temprano en la mañana, 5h00, y termina al finalizar la tarde, a las 18h00. En general, los pescadores toman su desayuno y el almuerzo en los barcos (capacidad de 4 a 6 personas). El almuerzo consiste muy a menudo de sándwiches, frutas o pescado que logran atrapar. También resaltaron la dificultad de llevar equipo de cocina (ollas, sartenes, etc.) al lugar de pesca porque los barcos son pequeños y hay muy poco espacio en estos.

10. Razones para no viajar como una familia

A menudo las mujeres no comparten el mismo afecto por la pesca que sus maridos. Los hoteles dedicados a la atención de pescadores deportivos tienen instalaciones muy básicas. Por otro lado, no ofrecen actividades de ocio para los niños.

Los participantes expresaron que estarían dispuestos a llevar a sus familias a los viajes de pesca siempre y cuando el lugar de hospedaje tenga buenas facilidades y diversas actividades de ocio. De esta manera, los miembros de la familia puedan disfrutar de la estancia y el hotel mientras que el padre se dedica a pescar. Las actividades y facilidades mencionadas por los participantes son: piscina, paseos, excursiones, hacer footing, juegos infantiles y un bar.

11. Intención de compra (disposición a pagar, la disposición a pagar)

Los encuestados están dispuestos a pagar un precio entre R \$ 150 (\$ 46) y R \$ 250 (\$ 77) por una habitación en un hotel que ofrece todas las facilidades para pescar (posibilidad de comprar cebo vivo, equipos de pesca y alquiler de botes) y que también ofrezca una amplia gama de actividades para toda la familia.

CONCLUSIONES

- La situación económica que ha sufrido Brasil, a acarreado un cambio en la demanda de bienes y servicios turísticos los cuales deben ser satisfechos por medio de productos turísticos que se acoplen a sus necesidades.
- El turismo de pesca representa una oportunidad para el desarrollo de productos turísticos que intentan satisfacer la fuerte demanda de este segmento.
- El conocimiento del perfil del pescador deportivo brasileño, permite proponer un plan de marketing para el Hotel Aquafort Tour&Pesca, en donde el producto, el precio, la plaza y la promoción han sido planeados desde el enfoque del cliente.

BIBLIOGRAFÍA:

Ministério de Turismo de Brasil. (2010), TURISMO DE PESCA: Orientações Básicas. Brasília.

Churchill, G. A., & Iacobucci, D. (2006). Marketing research: methodological foundations. New York: Dryden Press.

Ditton, R. B., Holland, S. M., & Anderson, D. K. (2002). Recreational fishing as tourism. Fisheries, 27(3), 17-24.

Fernández, P., Alberto, L., & Calderón Gómez, G. (2012). CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL TURÍSTICO EN UN DESTINO EMERGENTE, CASO DE ESTUDIO DE CIUDAD DEL CARMEN, CAMPECHE: MÉXICO. Gest. tur.(Valdivia), (18), 47-70.

Fiorina, JF. (2012), Géopolitique des pays émergents : Des puissances à la conquête du monde?, CLES - Comprendre Les Enjeux Stratégiques, Note hebdomadaire n°65

Kotler, P. & Bowen, J. (2011). Marketing turístico. Pearson Educación, Madrid

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). Marketing de servicios. Editorial Pearson–Prentice Hall, México.

Núñez Parrado, D. (2009). Caracterización de la pesca recreativa en la Patagonia chilena: una encuesta a turistas de larga distancia en la región de Aysén (No. 200912). Latin American and Caribbean Environmental Economics Program.

014. ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL SECTOR DE “LA FORTUNA” SALITRE.

Autores:

Ing. Ma. Victoria Izurieta Rodríguez*

Universidad de Especialidades Espíritu Santo
Samborondón, Ecuador
maria.izurieta@latam.com

MSc. José J. Forteza Pons**

Universidad de Especialidades Espíritu Santo
Samborondón, Ecuador
jforteza@uees.edu.ec

MSc. Paola Plúa Terán***

Universidad Ecotec
Samborondón, Ecuador
jplua@ecotec.edu.ec

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo indagar el fenómeno turístico en emplazamientos rurales y comunitarios, desde la óptica de sus impactos. El lugar planteado para el estudio es la playa Santa Marianita, en el cantón Salitre, un emplazamiento donde dicha actividad viene realizándose en los últimos años de manera un tanto informal y descontrolada. Para ello se ha propuesto un acercamiento a los actores clave mediante una metodología cualicuantitativa, a partir de encuestas a una muestra de servidores turísticos y una entrevista a representantes de la administración pública encargada del lugar, siguiendo el planteamiento anterior de Andereck, Valentine, Knopf, & Vogt(2005). Los resultados obtenidos muestran la percepción general de los residentes de que el turismo ha traído grandes beneficios al cantón y de que se trata de una actividad en auge en el Ecuador. A pesar de ello afirman la necesidad de regulaciones y leyes claras para su control. Del mismo modo la administración afirma que los principales problemas son la inexistencia de una política de Estado que controle la actividad; así como el escaso nivel de capacitación global ante los cambios del entorno.

Palabras Clave: Residentes, actitudes, percepciones, impactos del turismo, comunidad, turismo comunitario, sostenibilidad, cantón Salitre.

Introducción

El turismo en la actualidad se ha convertido internacionalmente en la base económica de muchos países. Ecuador es un ejemplo de ello, puesto que esta industria ha experimentado avances importantes, mediante la implementación de estrategias de desarrollo en las que las comunidades locales han tenido un papel prioritario para el Estado. Así, dentro del Plan Estratégico Nacional (Plan del Buen Vivir) se encuentra planteado un modelo de aprovechamiento moderado sostenible; además del impacto que tiene el turismo en las comunidades locales (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2009; 2013).

Sin embargo, es necesario aclarar que al hablar del turismo, a pesar de conocerse típicamente como “la industria sin chimeneas” (Hernández, López, & Pons, 2003; Dachary & Arnaiz, 2006), se trata de una alternativa que genera impactos en los emplazamientos donde se implementa. Estos impactos pueden ser positivos como negativos; intuyendo un importante tema a la hora de determinar la viabilidad e idoneidad de optar por el desarrollo turístico como alternativa a seguir (Harril, 2004; Faulkner & Tideswell, 1997).

En Febrero del 2012 la Prefectura del Guayas zonificó la Provincia con el fin de resaltar la diversidad natural y cultural de sus 25 cantones. Como resultado crearon 6 Rutas Turísticas, diseñadas a partir de la temática o recurso central, el mismo que en el caso del Guayas se subdivide en: Arroz, Cacao, Aventura, Pesca, Fe y Azúcar. Gracias a este trabajo se pudieron capacitar a más de 2500 personas con conocimientos técnicos y empresariales.

En el Sector de LA FORTUNA (Cantón Salitre), la playa Santa Marianita es uno de los lugares de visita incluidos en la Ruta del Arroz. Se trata de un emplazamiento que durante los últimos 10 años ha vivido un cambio en la economía y percepción de sus residentes, a partir de un nuevo direccionamiento en las actividades económicas de la población local, encaminado al desarrollo del turismo, aprovechando el brazo de río con el que cuentan. Los residentes del sector han ido aprendiendo a medida de sus posibilidades a implementar o mejorar sus negocios con aciertos y desaciertos. Así, en la actualidad ya cuentan con la ayuda de las autoridades, que les han ido aportando capacidades con el fin de mejorar el control y orden de los servicios ofrecidos. De esta forma, actualmente el lugar cuenta con servicios de alimentación, distracción acuática e incluso la posibilidad de realizar visitas a haciendas cercanas a conocer sus procedimientos y costumbres. A pesar de ello, hasta la fecha no se ha realizado estudio alguno que analice la percepción de la comunidad sobre el desarrollo turístico; sus implicaciones y expectativas, algo que por otro lado es deseable y hasta imprescindible en todo nuevo impulso del turismo (Organización Mundial del Turismo , 2015).

En respuesta a lo anterior, el presente trabajo investigativo tiene como objetivo indagar en los impactos generados por el turismo en el lugar, desde la percepción de la comunidad. Para ello se plantea el desarrollo de un estudio cualicuantitativo, mediante una encuesta a la población local, y una entrevista a representantes de las diversas Entidades Públicas con competencias en materia turística. Ambos cuestionarios han sido diseñados a partir de estudios anteriores (bibliografía previamente revisada).

Desarrollo

Actitudes sobre los impactos del turismo

Los impactos del Turismo según estudios realizados desde la perspectiva de los Residentes se dividen en tres categorías la económica, la sociocultural y la ambiental. Uno de los primeros impactos para los residentes de comunidades pequeñas relacionados directa o indirectamente al turismo, es el económico; dado que al momento de implementar con buenas bases sus emprendimientos turísticos esperan, anhelan y en cierta forma notan un cierto nivel de cambio inmediato en la economía familiar (Jurowski, Williams, & Muzaffer, 1997). Otro impacto de importancia a mencionar, es el fortalecimiento social comunitario, en referencia a sus conocimientos y capacidades; por cuanto generan ideas productivas día a día que a su vez posibilitan el empoderamiento en la actividad. Este conocimiento adquirido y las ganas de innovar en sus emprendimientos propician que los residentes se sientan más fieles a su comunidad y como resultado aumenten en ellos las ganas de ver progresar globalmente a su comunidad (Andereck, Valentine, Knopf, & Vogt, 2005).

La globalización y sus consecuencias también deben ser mencionadas al referirse a esta industria, ya que las organizaciones políticas y económicas condicionan el desarrollo de proyectos (Wilson, 2008). La economía turística involucra a muchas industrias que son la hotelera, operadoras turísticas, aerolíneas y alimentación, que se fusionan para mejorar la economía de los hogares dedicados a dichas actividades

A pesar de que el impacto económico siempre es asumido como el aspecto más importante debido a que siempre existe un incremento positivo; en la parte sociocultural no siempre ocurre lo mismo (Yang, Xuehui, & Gu, 2010). En este ámbito es donde suelen generarse más impactos negativos que positivos. Entre estos destacan los cambios en los hábitos diarios de los residentes, creencias, valores y vida social. Incluso uno de los impactos que muchas ciudades han sufrido es el aumento de la población procedente de localidades cercanas (Andereck, Valentine, Knopf, & Vogt, 2005).

Muchos estudios se han llevado a cabo para analizar la actitud de los residentes frente a los cambios que genera el turismo dentro de las comunidades. Uno de los resultados que más llaman la atención es que los residentes esperan tener grandes beneficios a un costo muy bajo, siendo este además el punto de evaluación del beneficio obtenido al implementar una actividad turística. Otro factor importante a destacar es el hecho de que los residentes también esperan beneficios económicos a corto plazo. Si este no es el resultado muchos dejan la actividad para dedicarse a otra cosa (Andereck, Valentine, Knopf, & Vogt, 2005).

Los impactos del turismo a veces son interpretados de una manera subjetiva de parte de los residentes, ya que no todas las personas dedicadas a alguna actividad turística cuentan con la información o educación necesaria. Ahí es cuando a medida que pasa el tiempo aparecen ciertos cambios negativos por parte de los residentes y no se genera el resultado esperado. (Lawton, 2005)

Los impactos del turismo están asociados a la “capacidad de carga” que es lo que determina a fin de cuentas los costos y beneficios del desarrollo del turismo en determinada zona (Quintero, 2004). Esto sucede cuando el turismo se desarrolla de manera muy rápida en ciertas zonas y generan presión en todos los sectores; entonces, dependiendo donde se genere, el más afectado suele ser en el sector ambiental. En la actualidad ya se confirma que un crecimiento descontrolado del turismo para obtener beneficios inmediatos conlleva a resultados negativos (Sharareh & Badaruddin, 2013).

Como resultado de lo anterior, actualmente se suele hablar de políticas turísticas que contemplan la conservación natural y cultural, además de proteger la economía; lo cual genera un reto en el momento de la ejecución de los proyectos. Por tanto, es esencial la planificación y gestión de manera sostenible. (Álvarez, 1992).

El turismo rural comunitario y sus impactos

El turismo comunitario se está consolidando como estrategia de desarrollo y objeto de investigación científica (Ruiz & Solís). Se trata de una alternativa que tiene como base el desarrollo de una comunidad por medio del descubrimiento de su cultura, tradiciones alimenticias, costumbres populares, productos artesanales, vivencias, etc. Es por esto que el impacto que suele generar dicha actividad dentro de las comunidades pequeñas es bastante considerable, puesto que propicia un cambio drástico en la vida de los residentes (Orgaz, 2013).

Murphy (1985) es el primer autor que analiza el término, convirtiéndose en un referente de otros especialistas que han venido defendiendo el concepto a posterior (Orgaz, 2013). Para el Fondo Mundial Para La Naturaleza; el turismo comunitario se define como “El Turismo en el que la comunidad local tiene control sustancial de, y participa en, su desarrollo y su manejo, y una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad”. El objetivo de esta actividad es preservar la modalidad étnica, la valoración y la transmisión del patrimonio cultural en todas sus formas (Pastor, Jurado, & Soler, 2011).

Perú es uno de los países destacados actualmente en el turismo rural comunitario; puesto que la mayoría de las actividades turísticas que se desarrollan son en medios rurales; las mismas que comenzaron como emprendimientos de los residentes de cada zona. Perú cuenta con 76 emprendimientos en 16 regiones, cerca de 100 mil visitantes extranjeros hacen turismo en las zonas rurales que son manejadas por organizaciones de base comunitaria y ha habido un incremento de hasta un 18% anual en el flujo de visitantes y 13% de incremento económico anual (Turismo, 2007).

De esta manera, tanto el turismo comunitario como el turismo rural comunitario se determinan como un aporte económico para las poblaciones locales (Stylidis, 2012); una actividad económica que como tal, desarrolla y propone reglas a cumplir con la única finalidad de que esta sea realizada responsablemente, convirtiéndose llegado el caso en una de las principales fuentes de beneficios, ya sean naturales, culturales o financieros. En este sentido, el turismo rural comunitario busca la existencia para los residentes de un uso adecuado tanto de la información como del espacio donde están implementando sus actividades (Wilson, 2008).

A pesar de lo anteriormente expuesto, existen casos en los que los residentes ponen cierto rechazo al momento de implementar actividades destinadas al turismo; no tan solo por la falta de información sino también al momento de recibir al turista, puesto que pueden llegar a sentirse invadidos o que incluso el turista desaprovecha o no valora suficientemente su propuesta (Wilson, 2008).

Las comunidades del Guayas

En Febrero del 2012 la Prefectura del Guayas oficializó el proyecto de las Rutas Turísticas del Guayas, el mismo que presenta la totalidad de los 25 cantones con los que cuenta la Provincia, divididos alrededor de seis rutas temáticas con el objetivo de resaltar la diversidad de recursos con los que cuenta cada uno de ellos. El punto de partida o antecedente de dicha actuación parte del razonamiento de que hasta ese momento la actividad turística se estaba desarrollando mayoritariamente en el área urbana y en la costa. Así, mediante estudios técnicos y siguiendo el ejemplo de algunas experiencias desarrolladas en otros países, se llegó a la conclusión de que se podía desarrollar otra modalidad de turismo usando como eje un nuevo perfil de la actividad como es el rural y comunitario (Guayas, 2013).

El objetivo de este proyecto es resaltar la belleza natural del entorno, rescatando además la identidad de la provincia. Finalmente esto resultaría en la generación de nuevas fuentes de ingreso para la población por medio de pequeños emprendimientos generados en cada cantón.

Finalmente, la distribución y composición de las mencionadas rutas sería la siguiente:

RUTAS	CANTONES	ATRATIVOS
AZÚCAR	Baquerizo Moreno, Milagro, Simón Bolívar, Naranjito, Marcelino Maridueña, Bucay	Viveros, Fritada, Visita haciendas, Bosque Húmedo, El Río Chimbo.
PESCADOR	Posorja, Puná, Playas, El Morro, Engabao	Comuna Engabao y su puerto, Cerro el Morro, Estero de Data, Gruta de la Virgen, Puerto Hondo, Puerto el Morro.
AVENTURA	General Elizalde, El triunfo, El Empalme.	Bosque Húmedo “La Esperanza”, Hacienda San Rafael, Reciento Guabito, Cascada Salto del Armadillo, Cascada Salto del Pintando.
FE	Guayaquil, Durán, Nobol, Daule, Yaguachi.	Malecón, Barrio las Peñas, Cerro Santa Ana, Cementerio General, Parque de las Iguanas, Bosque protector Cerro Blanco, comunidades de Puná, Estación Ferrocarril, Isla Santay, Santuario Narcisa de Jesús, Río Daule, Sembríos de Arroz, Catedral San Jacinto, Fiesta de Yaguachi.
CACAO	Guayaquil, Yaguachi, Naranjal, Balao.	El Recreo, Hacienda Jambelí, Hacienda Cañas, Comunidad Shuar, Estación del Tren, Obelisco.
ARROZ	Lomas de Sargentillo, Isidro Ayora, Pedro Carbo, Samborondón, Salitre, Balzar, Colimes, Palestina, Santa Lucía, Daule.	Hamacas de Paja Macora, Dulces y Manjares, Piladoras de arroz, Tortillas artesanales de la Tía Manuca, Parque ecológico, artesanías de fibra de sapán, Hacienda Destino, Rodeo Montubio, Parque Histórico, Sembríos de Arroz.

Tabla #1.- Rutas Turísticas del Guayas.

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de las rutas anteriormente explicadas, el Cantón “Salitre”, forma parte de la Ruta del Arroz, teniendo como principal recurso o hilo conductor del recorrido a diferentes productos agrarios, como son el arroz, el cacao, el café, la caña de azúcar, y las frutas tropicales (Salitre, 2015). Esto es resultado del desempeño económico de la población, el mismo que es mayoritariamente agrícola y ganadero.

Salitre conocida como la “Capital Montubia” del Ecuador cuenta en su cabecera cantonal con las Riberas del Río Salitre que abarca los sectores de Santa Marianita, Pueblo Nuevo y Bocana; emplazamientos estos donde se han desarrollado diversas actividades turísticas, tales como paseos en canoa y venta de bebidas y comida entre otras. Adicionalmente cuenta con varias haciendas que han planteado el desarrollo de un producto ecoturístico. Se trata en definitiva de un cantón que mantiene intactas sus costumbres y tradiciones, las mismas que se encuentran muy arraigadas entre la población, sirviendo además de base y estímulo para su difusión a los visitantes. De esta forma aparecen recursos culturales destacados como el rodeo montubio; el folklore, con los amorfinos o la artesanía, con los sombreros de paja (Guayas, 2013).

Metodología

a) Tipo y Diseño de la Investigación.

Una vez que se ha dispuesto el objetivo principal de esta investigación, que no es otro que captar la percepción de la población de Salitre sobre la actividad turística que se viene desarrollando en los últimos años, se estimó la idoneidad de uso de

una metodología descriptiva, puesto que parte de la definición de diversos términos de importancia u objetos de estudio; pero sobre todo, plantea un acercamiento a la realidad del emplazamiento estudiado, desde la percepción del turismo que posee el residente y sobre todo acerca de la realidad diaria que este se vive en el lugar, uno de los destinos dentro de la Ruta del Arroz, que forma parte de las Rutas Turísticas del Guayas. Adicionalmente se ha planteado el uso de una metodología cualicuantitativa; mediante el uso de entrevistas a representantes de la administración pública y líderes comunitarios; y también por medio de encuestas a la población local. El objetivo final de estas es contrastar la percepción del turismo y sus impactos desde dos ópticas e intereses típicamente opuestos.

Pero para llegar a ese punto, primero se procedió a una división del trabajo en dos partes o fases, dependiendo del origen de las fuentes de estudio usadas. De esta forma, el desarrollo metodológico quedaría de la siguiente manera:

En la primera parte, se trató de indagar diversas fuentes secundarias (bibliográficas) con la finalidad de recolectar información acerca del impacto, planificación y desarrollo sostenible del turismo; como también sobre el turismo rural comunitario entre otras. A partir de esta información se realizó un marco teórico sobre el problema del estudio.

En la segunda fase, partiendo de la información bibliográfica analizada anteriormente se desarrolló el estudio del problema por medio de la implementación de las mencionadas encuestas y entrevistas. Aquí se tomó como válida la metodología propuesta por Andereck, Valentine, Knopf, & Vogt (2005) en su estudio sobre la percepción local y actitudes sobre los impactos del turismo. Será bajo el modelo planteado por los autores mencionados que se procedió a diseñar el cuestionario que posteriormente sería abordado a la población local. Se trata por tanto de indagar sus percepciones y actitudes sobre el desarrollo del turismo y los posibles impactos consecuentes.

Adicionalmente, y con el ánimo de contrastar los resultados obtenidos en la encuesta se optó por diseñar una entrevista semi-estructurada a profundidad, la cual se haría a un total de 3 entrevistas, a representantes de la administración pública o expertos y a líderes. Por tanto, el objetivo aquí planteado fue conocer su visión sobre el Turismo desarrollado actualmente en Salitre, su influencia en la actividad turística del país y sobre todo la imagen exteriorizada.

A continuación se aporta una descripción concisa de ambos instrumentos:

b) Análisis cualitativo (entrevistas)

Para el diseño del modelo de entrevista, de acuerdo a los objetivos y temas a abordar, se establecieron los siguientes ocho apartados: sobre el perfil social y cultural de la zona, sobre la población local, sobre la oferta existente, sobre el perfil del visitante a Salitre, sobre las organizaciones turísticas locales, sobre formación en turismo, sobre el impacto del turismo en la zona y sobre el apoyo y ayudas externas.

Universo:	<ul style="list-style-type: none">▪ Jorge Mori; Director de Turismo del Guayas▪ Tyron Torres: Jefe de Turismo encargado de la Municipalidad de Salitre
-----------	---

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Carlos León: Dueño Cabaña "Don Carlos" emprendedor y líder de la zona
Recogida de Información:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entrevista semi-estructurada
Tamaño de muestra:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 3 entrevistas
Fecha de Realización:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abril del 2016

Tabla#2: Ficha de estudio cualitativo.

Fuente: Elaboración propia.

c) Análisis cuantitativo (encuestas)

Posteriormente, Siguiendo el planteamiento de Andereck, Valentine, Knopf, & Vogt (2005), se procedió a diseñar el cuestionario, con el fin de analizar la percepción de los residentes acerca del turismo en la zona. Para los efectos se consideraron los siguientes parámetros:

Universo:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Población de entre 20 a 59 años en el Guayas que tengan emprendimientos o negocios en la zona.
Muestra	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Muestreo no probabilístico por conveniencia, a los emprendedores localizados en el lugar en la fecha de estudio.
Recogida de Información:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Encuesta realizada a residentes que se dediquen alguna actividad destinada al turismo en la zona de La Fortuna en la playa de Santa Marianita.
Tamaño Muestral:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 28 encuestas
Fecha de realización:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abril 2016

Tabla#3: Ficha de estudio cuantitativo.

Fuente: Elaboración propia.

Inicialmente, para el conocimiento de aspectos sociales del encuestado, se incluyeron algunas preguntas sobre aspectos tales como: edad, lugar de residencia, servicio turístico que ofrece, tiempo que se dedica a ello y composición familiar. Posteriormente y de acuerdo al modelo planteado por Andereck, Valentine, Knopf, & Vogt(2005), se añadieron diversas preguntas de evaluación cerrada mediante escala Likert de 5 puntas.

Resultados

Entrevistas

	JORGE MORI	TYRON TORRES	CARLOS LEÓN
1. Perfil Social y Cultural	Tradición, folklore, capital montubia del Ecuador.	Cultura, tradición	Capital montubia de Ecuador, tradición
2. Sensibilización en torno al turismo	No, falta en todo el Ecuador	Si están sensibilizados, capacitación continua	Falta información
3. Expectativas	Grandes, Turismo local no receptivo, Jerarquía baja pero con flujo	Grandes, deseos de recibir al turismo	Mucha expectativa, desean más turistas
4. Población involucrada en desarrollo	Aceptando capacitación.	Siguiendo las ordenanzas.	Respetando las asociaciones.

5. Plan de desarrollo turístico en la zona	Si, Ruta Turísticas del Guayas	Si, festivales organizados por la municipalidad	Si pero falta más apoyo
6. Recursos y atractivos de la zona	Recurso: Río, Cultura Atractivo: Balneario, gastronómico. Producto: Empresa privada	Gastronomía, playa	Gastronomía, playa, haciendas
7. Productos solicitados por el turista	Gastronomía, bañarse en el río	Festivales de comida, rodeo montubio	Playa, visita haciendas, gastronomía
8. Tipo de visitante	Turista local	Residentes de cantones vecinos	Turistas de todo el Guayas
9. Actividades que realizan	Comer y bañarse en el río	Comer y bañarse en el río, comprar frutas	Comer, bañarse en el río y visitar haciendas
10. Temporada alta	Febrero, marzo, abril	Agosto, septiembre	Todo el año
11. Organizaciones turísticas a nivel local	Prefectura, Municipio	Municipio	Prefectura, Municipio
12. Concepto en que trabajan	Capacitación y difusión	Organizar festividades	Municipio, orden en la zona
13. Actividades previstas	Rodeo montubio	Ninguna por el momento	Ninguna por el momento
14. Cualificación de las personas	Cultura de servicio a mejorar, educación continua, del 1 al 10 puntuación de 5	Primaria	Primaria y algunos secundaria
15. Carencias en información	Sí, no es política de estado, no hay direcciones de turismo	No se realizan muchas capacitaciones por costos	Nadie se hace cargo de la capacitación.
16. Beneficios que aporta a la zona	Ingresos económicos	Muchos, genera empleo	Ingresos económicos, más negocios
17. Impactos positivos	Divisa fresca, festivales, ambiental no existe	Ingresos económicos	Capacitación, ingreso económico
18. Impactos negativos	Turismo en masa es malo, desperdicio, contaminación, no consumen en los locales	Mucha gente, delincuencia, personas traen su comida	Basura, ruido, delincuencia, no hay orden
19. Ayuda a la zona	No existen leyes dedicadas al turismo en el cantón	El municipio y sus actividades	La oficina de turismo que pertenece al municipio
20. Instituciones que brindan apoyo	Municipio y su apoyo recurrente	El municipio	La oficina de turismo que pertenece al municipio

Tabla #4: Ficha entrevistas realizadas.

Fuente: Elaboración propia.

La tabla anterior (#4) muestra una síntesis de las respuestas obtenidas de las entrevistas realizadas a Jorge Mori, Tyron Torres y Carlos León; con las cuales se ha podido obtener una visión general de diferentes actores clave de la actividad

(administración pública y líderes comunitarios), a partir de sus apreciaciones personales. Como se puede observar en algunos puntos de la entrevista existen diferencias en la apreciación que tienen con respecto a la forma actual de manejar el turismo en la zona. Por ejemplo, se puede constatar en la pregunta #2, en referencia a la sensibilización del turismo en el sector; el Director de Turismo Ing. Jorge Mori indica que no existe en la zona y concuerda con el líder de emprendimiento de la zona; mientras que el Jefe de Turismo encargado asegura que los prestadores de servicio si se encuentran sensibilizados pero que aún falta capacitación.

Encuestas

Perfil de los encuestados

Variables	Características de los encuestados
Lugar de residencia	64,29% Salitre
	21,43% Samborondón
	7,14% Daule
	3,57% Balzar
	3,57% Otros
Género	60,71% Masculino
	39,29% Femenino
Edad	25%; 20 a 29 años
	28,57%; 30 a 39
	25%; 40 a 49
	21,43%; 50 a 59
Componentes de su familia	46,43% Casado con dos hijos
	32,14% Casado con más de 3 hijos
	10,71% Soltero
	10,71% Casado sin hijos
Servicio que ofrece	33,33% Alimentación
	33,33% Bebidas
	4,76% Alquiler de botes
	9,52% Alquiler de sillas y sombrillas
	9,52% Transporte
	9,52% Otros
Tiempo que se dedica al turismo	42, 86% de 1 a 3 años
	28,57% de 3 a 5 años
	25% de 5 a 8 años
	3,57% más de 10 años

Tabla #5: Ficha entrevistas realizadas.

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la tabla #5, el 64,29% de los emprendedores de la zona objeto de estudio residen en Salitre, aunque se evidencia un porcentaje significativo de residentes en Samborondón (28, 57%) y menos representativo en las localidades

aldeñas de Daule (7.14%) y Balzar (3,57%). Se puede observar que la mayoría de los emprendedores son hombres (60,71%) y no mujeres (39,29%), lo cual coincide con la tendencia general que existe en las empresas comerciales, de acuerdo al informe del GEM. La franja de edad de los encuestados fluctúa entre los 20 a 59 años, el mayor peso se encuentra entre los 30 a 39 años, aunque la diferencia no varía mucho si se compara con los otros rangos de edad. En cuanto a su composición familiar el porcentaje más elevado corresponde a personas casadas con dos hijos (46,43%), seguido de personas casadas con más de 3 hijos (32,14%).

El estudio de campo también determina que los tipos de negocios favoritos por los emprendedores de la zona son los alimentos (33,33%) y las bebidas (33,33). En relación al tiempo que se han dedicado a la actividad turística, la tendencia señala que la mayoría (42,86%) ha permanecido en el mercado de 1 a 3 años.

BENEFICIO DEL TURISMO	Calificación Promedio	Moda
El turismo le ha aportado beneficio a la comunidad	4,46	5
El turismo me aporta beneficio a mí y mi familia	4,43	5
El turismo aportará beneficio en el futuro a la comunidad	4,61	5
El turismo me aportara beneficio en el futuro a mí y mi familia	4,57	5

Tabla #6: Beneficio del Turismo

Fuente: Elaboración propia

Tal y como se aprecia en la tabla anterior, los prestadores de servicio, a partir de sus respuestas a la encuesta, afirman tener una visión positiva en referencia a las aportaciones presentes y futuras de la actividad para ellos y sus familias. Esto lo demuestra el hecho de que a las diversas preguntas han respondido con una calificación promedio mínima de 4,43 / 5 y que sobre todo, el valor mayormente mencionado (moda) es el 5.

IMPACTOS NEGATIVOS DEL TURISMO	Calificación Promedio	Moda
La llegada del turismo a la zona ha traído un aumento de los problemas de tráfico	4,61	5
El turismo ha traído un aumento de basura en la comunidad en el sector de La Fortuna	4,39	5
El turismo ha traído aumento de la inseguridad / delincuencia a la comunidad en el sector de La Fortuna	2,79	3
El turismo ha traído a las comunidades vecinas un aumento de la inseguridad / delincuencia	2,75	3
El turismo ha traído en el sector de La Fortuna un aumento del consumo de drogas	2,43	2
El turismo ha traído a las comunidades vecinas un aumento del consumo de drogas	2,29	2
El turismo ha traído una subida de los precios de la comida en la zona	3,96	4

El turismo ha traído una subida de los precios de los servicios en la zona (taxis, buses, etc)	3,64	4
Por el turismo los vecinos de Salitre ganamos ahora menos que antes	2,54	3
Por el turismo hay más gente de fuera trabajando en la comunidad en el sector de La Fortuna	3,57	4
Por el turismo hay más gente de fuera trabajando en la zona	3,96	4
Desde que hay turismo la comunidad es más ruidosa	4,57	5
El turismo ha cambiado nuestra forma de ser como comunidad	3,71	4
La llegada del turismo ha traído un aumento de los impuestos en la zona	3,54	4
La llegada del turismo ha traído un aumento del precio del agua y la luz en la zona (servicios básicos)	3,50	4
La imagen de la zona ha empeorado desde la llegada del turismo	1,71	1

Tabla #7: Impactos Negativos del Turismo

Fuente: Elaboración propia

Dentro de los impactos negativos que ha traído a la zona el turismo encontramos los más representativos que corresponden al ruido, desperdicio, tráfico y aumento de precios en alimentación. Esto lo demuestra el hecho de que a las preguntas relacionadas con dichos temas respondieron con una calificación promedio mínima de 4.57/5. Sin embargo se puede observar que al hablar de temas tales como delincuencia y consumo de drogas, la situación incluso ha mejorado. Esto debido en gran parte al desarrollo de diversas actividades turísticas, opciones que aparecen evaluadas con un promedio mínimo de 2.29/3. Esto dentro de una escala de valoración del 1 al 5.

APOYO AL DESARROLLO DEL TURISMO FUTURO	Calificación Promedio	Moda
El turismo en el futuro puede ser una de las actividades económicas más importantes para la comunidad en el sector de La Fortuna	4,43	5
El Gobierno ecuatoriano debe de trabajar para atraer más turistas al País	4,89	5
El aumento de los turistas ayudarían a Ecuador a mejorar y crecer en la dirección correcta	4,86	5
Yo estoy a favor de que el turismo sea importante para mi comunidad en el sector de La Fortuna y todo el País	4,68	5

Tabla #8: Apoyo al desarrollo del turismo futuro

Fuente: Elaboración propia

Los prestadores de servicio del sector de La Fortuna si consideran que en un futuro el turismo pueda ser una de las actividades económicas importantes del cantón igual que el arroz y la agricultura ya que al ser encuestados respondieron a una calificación promedio mínima de 4.43/5. No tan sólo consideran que el auge turístico va ser en las rutas turísticas de la provincia sino también en todo el país ya que respondieron con un promedio mínimo de 4.68/5.

RESTRICCIONES AL DESARROLLO FUTURO DEL TURISMO	Calificación Promedio	Moda
El Municipio de Salitre debería de tratar de controlar el tipo de turistas que llegan a la zona	4,93	5
El futuro de la comunidad en el sector de La Fortuna será muy bueno	4,89	5
El futuro en Ecuador será muy bueno (el turismo mejorará)	3,43	5

Tabla #9: Restricciones de la encuesta sobre el impacto del turismo

Fuente: Elaboración propia

La participación de las autoridades competentes es primordial en esta modalidad turística y los residentes consideran que le Municipio de Salitre debe trabajar directamente con el control de turistas y de emprendedores de la zona; ya que al momento de ser encuestados calificaron con un promedio mínimo de 4.89/5 a estas interrogantes. Mientras que tienen poca expectativa de que el turismo en el Ecuador en un futuro mejorará; esto al hecho de que calificaron a dicha interrogante con una puntuación de 3.43/5.

IMPACTOS POSTIVOS DEL TURISMO	Calificación Promedio	Moda
La llegada de turistas a la comunidad ha mejorado la economía de la comunidad en el sector de La Fortuna	4,04	5
Es necesario el aumento de turistas para mejorar la economía de la comunidad en el sector de La Fortuna	4,79	5
Las tiendas, los restaurantes y las opciones de entretenimiento en La Fortuna son mejores desde la llegada del turismo	3,89	5
El turismo impulsa la mejora de carreteras y facilidades públicas (agua, electricidad, alcantarillado, baños públicos, calles, jardines...)	3,71	4
El turismo ha aumentado la celebración de mercados, actos y festivales en la comunidad en el sector de La Fortuna	4,07	5
El turismo ha mejorado mi nivel de vida (ahora gano más)	4	4
El turismo ha traído trabajo a los hogares de Salitre	4,14	5
El turismo hace que se construyan más parques	3,57	5
El turismo ha traído mejores oportunidades de recreación / diversión a la población de Salitre	4,18	5
El turismo nos ha mentalizado e impulsado a cuidar el medioambiente	3,93	5
El turismo ayuda a conservar la identidad y herencia cultural de Salitre	4,54	5
El turismo ha ayudado a mejorar la apariencia de Salitre	4,39	5
El turismo ha mejorado la calidad de vida de la comunidad en el Sector de La Fortuna	4,21	5
El turismo ha cambiado nuestra forma de vida	3,93	4
El turismo ha ayudado a mejorar la educación de los jóvenes de Salitre	3,61	3

El turismo ha ayudado a mejorar la formación profesional de la comunidad	4,25	5
El turismo ha mejorado la relación dentro de la comunidad	3,64	3
El turismo ha mejorado las relaciones con otras comunidades vecinas	3,54	3
Desde que hay turismo en la zona hay una mejor recogida de basura	3,68	4

Tabla #10: Impactos positivos del Turismo

Fuente: Elaboración propia

Este cuadro representa los impactos positivos del turismo en la zona, constatando la existencia de una mejora en la economía de los prestadores de servicio; ya que al momento de ser encuestados lo calificaron con un promedio mínimo de 4.04/5. Sin embargo la apariencia del lugar, las oportunidades de recreación, la educación de los jóvenes, el cuidado del medio ambiente, y mejoras en otras áreas de la ciudad como parques lo calificaron con un promedio mínimo de 3.57/5; siendo estos, ítems a mejorar por parte de la Municipalidad.

Conclusiones

A pesar de que en el Cantón Salitre específicamente en la Playa Santa Marianita el turismo rural comunitario se viene desarrollando desde hace más de 10 años, es en los últimos 5 cuando ha tenido su mayor desarrollo. Gracias a la iniciativa local, pero también al apoyo de Instituciones como la Prefectura del Guayas y la propia Dirección de Turismo del Cantón, los residentes han ido adquiriendo una visión renovada de lo que significa la industria turística, sus beneficios e impactos.

Sin embargo, a pesar de los mencionados cambios, existen diferentes aspectos que los prestadores de servicios aún deben mejorar. El control de ingreso a los turistas es uno de los más importantes ya que ellos se han dado cuenta que el turismo en masa les genera más impactos negativos que positivos. Si bien es cierto el turismo en masa deja en la zona divisa fresca también deja como consecuencia basura, daños a las instalaciones. La participación de su Municipalidad juega un rol muy importante dentro de estos impactos ya que los residentes consideran que se debe trabajar en conjunto para poder ofrecer una mejor experiencia al turista al momento de visitar Salitre. Existen expectativas positivas muy grandes en la zona con respecto a lo que puede generar la industria desarrollada de una manera sostenible; sin embargo en Ecuador no existe una política de estado que controle el turismo. En el cantón Salitre cuentan con una oficina dedicada al turismo que coordina actividades para poder captar turistas pero a pesar de eso reconocen que necesitan más capacitación ya que se trata de una industria cambiante e inestable y por lo tanto, es necesario estar atentos a los mencionados cambios.

Bibliografía

- Álvarez, J. (1992). *Sociedad, Estado y Patrimonio Cultural*. Madrid: Espasa.
- Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R., & Vogt, C. (2005). *Residents Perceptions of community Tourism Impacts*. Gran Bretaña: Pergamon.
- Dachary, A., & Arnaiz, S. (2006). El estudio del Turismo: Un paradigma en Formación? *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15(2), 179-192.
- Faulkner, B., & Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *ePublications*, 3-28.
- Guayas, P. d. (2013). *Guayas Turístico*. Obtenido de www.guayas.gob.ec
- Harril, R. (2004). Residents' Attitudes toward Tourism Development. *Journal of Planning Literature*.
- Hernández, S., López, L., & Pons, J. (2003). Turismo ¿La industria sin chimenea? . En S. d. Naturales, & C. d. sustentable, *Introducción al Ecoturismo Comunitario* (págs. 7-19). Mexico DF.
- Jurowski, C., Williams, D., & Muzaffer, U. (1997). *A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reaction to Tourism*. Flagstaff: Journal of Travel research.
- Lawton, L. (2005). Residents Perceptions of Tourist Attractions on the Gold Coast of Australia. *Tourism Review International* .
- Organización Mundial del Turismo . (2015). *Barómetro OMT del Turismo Mundial 2015*. Madrid: OMT.
- Orgaz, F. (2013). El Turismo Comunitario como herramienta para el desarrollo Sostenible de Destinos Subdesarrollados. *Nomadas*, número 38.
- Pastor, J., Jurado, C., & Soler, A. (2011). *Desarrollo Rural a través del Turismo Comunitario*.
- Quintero, J. (2004). *Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el desarrollo sostenible*. Madrid.
- Ruiz, E., & Solis, D. (s.f.). *Turismo Comunitario en Ecuador* .
- Salitre, M. d. (2015). *Municipio de Salitre*. Obtenido de www.salitre.gob.ec
- Sharareh, A., & Badaruddin, M. (2013). Local Perception of Tourism Development: A Conceptual Framework for the Sustainable Cultural Tourism . *Canadian Center of Science and Education*.
- Stylidis, D. (2012). *Tourism and Community life: Building a Conceptual Framework*. Guildford.
- Turismo, M. d. (2007). *Mincetur*. Obtenido de www.turismoruralcomunitario.com.pe
- Wilson, T. (2008). *The Impacts of Tourism in Latin America* . Sage .
- Yang, J., Xuehui, Z., & Gu, Y. (2010). *Local Residents Perceptions of the Impact of 2010 EXPO*. Shanghai: Routledge.

015. LA PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO INMATERIAL INDÍGENA MEDIANTE EL TURISMO DE BIENESTAR. CASO: COMUNIDAD SHUAR, PROVINCIA DEL GUAYAS.

Autores:

José Alonso Hidalgo León ¹

Docente de la Carrera de Turismo, Facultad de Comunicación Social, Universidad de Guayaquil. Ecuador jose.hidalgol@ug.edu.ec

Edison Fernando Chiriboga Cisneros ²

Docente de la Carrera de Turismo, Facultad de Comunicación Social, Universidad de Guayaquil. Ecuador edison.chiribogac@ug.edu.ec

Resumen:

El Turismo de Salud presenta una modalidad denominada Turismo de bienestar, cuya principal motivación de viaje son los diversos procesos para la curación de padecimientos físicos, emocionales o espirituales. Los tratamientos sugeridos sirven como alternativa a soluciones de la medicina tradicional. El Ecuador posee diversos saberes ancestrales indígenas en el aspecto salud y bienestar, de alto potencial turístico. Se seleccionó a la comunidad Shuar del cantón General Antonio Elizalde

¹ Ingeniero en Gestión Turística y Hotelera, Universidad de Especialidades Espíritu Santo. Ecuador
Máster en Dirección y Gestión Turística, Universidad de Alicante. España
Postgrado en Imagen y Marketing, Universidad Miguel Hernández. España

² Licenciado en Turismo Ecológico. Universidad Central del Ecuador
Máster in Business Administration. Universidad Federico Santa María. Chile

como objeto de estudio. Para recabar información relevante se organizaron 4 grupos focales integrados por visitantes que llegan al cantón por vía férrea y terrestre, distintas entrevistas a figuras claves del colectivo indígena así como del medio turístico. Hoy en día, los seres humanos le dan gran importancia a las propuestas alternativas de salud como es el caso del segmento de la tercera edad, el mismo que persigue soluciones a padecimientos propios de la vejez, mientras que el segmento de adultos jóvenes, se plantea la prevención de futuras patologías y el alivio a aquellas originadas por el stress y la alimentación desordenada que se vive en estos tiempos.

Palabras claves: turismo de bienestar, comunidad indígena, Shuar, salud

Abstract:

Health Tourism has a mode called wellness, whose main travel motivation are the various processes for healing of physical, emotional or spiritual conditions. The suggested treatments serve as alternative solutions to traditional medicine. Ecuador has various indigenous ancestral knowledge in the health and wellness aspect, with a strong tourism potential. Shuar community in the town of General Antonio Elizalde was selected as an object of study. To gather relevant information 4 focus groups were organized, they were composed of visitors to the county who arrived by rail and road. Also, various interviews were done with key figures of the indigenous collective and tourism business. Today, humans give great importance to alternative health proposals as is the case of the segment of the elderly, the same as pursuing solutions to own ailments of old age, while the segment of young adults, arises preventing future pathologies and relief to those caused by stress and disordered eating that exists in these times.

Keywords: wellness tourism, indigenous community, Shuar, health

1. *Introducción*

La sociedad global actual está expuesta a altas dosis de estrés laboral y, tensión emocional, con consecuencias directas como la fatiga física, trastornos psicológicos y desbalances emocionales. Sin embargo esta situación se contrapone a la

tendencia que persigue alcanzar una vida sana o saludable, y cuya comunidad de adeptos está en crecimiento constante.

El turismo de bienestar es un segmento perteneciente a la modalidad de turismo de salud, en el cual se promueven diversos procesos en pro de la mejora física y emocional de los visitantes que acuden a comunidades autóctonas en busca estos procesos. Los colectivos indígenas en el Ecuador poseen una extensa diversidad de saberes ancestrales en el aspecto salud, que por diversos motivos se están empezando a perder. El potencial turístico de estas comunidades es alto y la conservación de sus patrimonios intangibles se empata perfectamente a la actividad turística de bienestar.

El turismo en el cantón General Antonio Elizalde, se ha desarrollado en las últimas dos décadas, pero se ha focalizado en las modalidades de naturaleza y aventura. Las necesidades insatisfechas de un mercado que busca opciones de salud y bienestar son latentes, y el destino posee los atractivos culturales intangibles requeridos para la satisfacción de esas necesidades. El objetivo de este estudio es evaluar la comunidad indígena Shuar asentada en el cantón para el diseño de un producto turístico de bienestar que permita la preservación de los saberes ancestrales de este grupo amazónico.

2. Desarrollo

2.1 El patrimonio inmaterial y su conservación

Los pueblos autóctonos de América poseen diversas manifestaciones culturales conectadas directamente a los elementos y fenómenos naturales de la “Paccha Mama” o madre tierra; y que se expresan en sus actividades cotidianas como la agricultura, gastronomía, medicina, entre otros aspectos particulares de los pueblos indígenas. Además, han desarrollado cosmovisiones propias, en las que existen bienes que se venden, otros que se donan y otros que no se dan ni se venden, sino que se guardan en la comunidad y se pasan de generación en generación. A esto se le conoce como saberes ancestrales (Diario El Comercio, 2014)

Desde la época de la colonia, las diversas prácticas, conocimientos y técnicas del quehacer diario de las comunidades autóctonas del Ecuador han sido relegadas a un segundo plano, convirtiéndolas en una figura relativa a la historia, de categoría superficial e idiosincrática, excluida de la educación formal del país y expuesta a la

devastación ideológica y a la aculturización debido a la relación con pueblos extranjeros.

En el año 2001, la UNESCO difundió la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural, estableciendo que los saberes ancestrales tradicionales constituyen un patrimonio intangible para las naciones, y que estos poseen un inmenso valor no solo para las comunidades aborígenes sino para todas las sociedades del planeta, ya que enriquecen el conocimiento, fomentan la participación ciudadana, la inclusión social, la creatividad y permiten la conservación de la diversidad cultural. Por lo tanto la preservación de los saberes ancestrales deben ser prioridad para los estados, ya que constituyen en herencia para las generaciones presentes y futuras, mecanismo de desarrollo e permiten el balance emocional, conductual, intelectual y espiritual de las sociedades modernas.

Se pueden denominar, entonces, como saberes ancestrales a aquellos conocimientos tradicionales que poseen los pueblos y comunidades propias del territorio, especialmente las indígenas, y que han sido transmitidas por tradición oral, de generación en generación, durante siglos (Secretaría del Buen Vivir, 2015).

El gobierno ecuatoriano ha emprendido ampliamente su plan de salvaguardas para los saberes ancestrales, estableciendo políticas públicas que faciliten la conservación y promoción de la diversidad cultural nacional.

De hecho, es el Sumak Kawsay o Buen Vivir, el plan nacional que fundamenta y promueve el rescate, conservación y difusión de las prácticas y técnicas indígenas y mestizas, conocidas como saberes ancestrales.

“Buen Vivir es el proceso dinámico, democrático y plurinacional para alcanzar una vida plena -que equilibra lo material e inmaterial- en armonía con el cosmos, la naturaleza, la comunidad y el ser humano. Se sustenta en las raíces del pasado y del futuro; pensando, actuando y construyendo el presente con justicia y responsabilidad para garantizar los derechos de la naturaleza, colectivos y de las personas.” (SENESCYCT, 2011)

El Kawsay, proviene de la palabra kichwa, y sintetiza la filosofía sobre la cual se asesta lo ancestral, como principio de integridad o totalidad (“somos el cosmos”) o de lo que la sociedad actual denomina “holístico. El enfoque integral del Kawsay, favorece el enriquecimiento mutuo entre la herencia cultural aborígen y el mundo occidental buscando complementarse e integrarse.

2.2 El pueblo Shuar

En los últimos siglos, el territorio ancestral de los Shuar se ha visto reducido debido al asentamiento mestizo, las actividades agropecuarias, la explotación maderera, entre otros factores. Muchas familias indígenas fueron sacadas de sus territorios sin justificación ni compensación alguna. Se les otorgaron apelativos de salvajes, jibaros, cazadores de cabezas, y varios mitos y leyendas fueron hechos por los colonizadores que se salvaron de morir por las lanzas y cerbatanas envenenadas de los Shuar (Palacios, 2014).

En consecuencia, diversas familias decidieron migrar a otros territorios del país, asentándose en la Provincia del Guayas, donde encontraron un entorno natural muy similar al de su hábitat original. A finales de los años setentas, un colectivo numeroso se asentó en los territorios de lo que hoy se conoce como el cantón Naranjal, sin embargo otros grupos fueron un poco más al norte de la provincia guayasense ubicándose en el cantón General Antonio Elizalde.

2.3 El Turismo de Bienestar

El turismo de bienestar se conceptualiza a partir de la integración de todas las relaciones y/o fenómenos generados por los desplazamientos de personas hacia destinos que promueven la armonización del estado físico y emocional de los visitantes, y que además estos estén dispuestos a realizar un gasto específico para esas actividades (Medina-Muñoz a partir de Kaspar, 2012)

El turismo indígena es una alternativa basada en la biocultura y que se enmarca en la sostenibilidad. Es una tendencia a nivel global, sin embargo se ha popularizado en América Latina, a través de la participación de etnias y pueblos prehispánicos en las actividades turísticas. Estas comunidades son propietarias por ancestralidad del patrimonio natural y cultural donde residen, y el turismo se ha convertido en una forma sustentable de desarrollo local. Los emprendimientos creados y gestionados por los miembros de las comunidades indígenas han crecido vertiginosamente en los últimos años, promoviendo los saberes originales que por siglos han formado parte de su entorno sociocultural (Espinoza, 2016).

La Prefectura del Guayas (Guayas Turístico, 2014) relata que *como parte del programa turístico shuar se realizan “actividades como el saludo de bienvenida - con cánticos y danzas tradicionales shuar-, la demostración de ritos shamánicos-medicinales, la visita a huertos orgánicos y demás puntos de la comunidad”*.

Los visitantes de la comunidad pueden llevar a cabo el turismo experiencial, conociendo las costumbres y tradiciones de un pueblo que posee historia y elementos culturales muy marcados y diferentes a los comunes mestizos u occidentales, aunque poco a poco el proceso de aculturización de los Shuar también está avanzando y ejerciendo presión en los miembros de la comunidad.

La medicina ancestral de esta comunidad Shuar, se enfoca en la energía del planeta y las bondades de la naturaleza, las leyes del universo, y una rica mitología en la que la lucha entre el bien (Etsa) y el mal (Iwia) siempre constante. Su creencia principal en torno a la salud es Tsunki, ser espiritual del agua, y Niunki, la fertilidad femenina y de la tierra.

3. Metodología

El **perfil del turista** que visita el cantón General Antonio Elizalde se lo puede definir de la siguiente manera:

Tabla No. 1

<p>Género: hombres y mujeres indistintamente</p> <p>Edades: entre 25 a 40 años</p> <p>Procedencia del turista nacional: cantones de Durán, Riobamba y Guayaquil.</p> <p>Procedencia del turista internacional: Estados Unidos, Alemania, Francia, entre otros países de la comunidad europea.</p> <p>Modalidades principales de turismo: ecoturismo, turismo de aventura y de deportes extremos.</p> <p>Gasto turístico: entre 60 y 80 dólares en su visita</p> <p>Permanencia promedio en el cantón: un día y medio.</p> <p>Motivaciones: vacaciones familiares, viajes de feriado, aventura, gastronomía, paseo en tren turístico.</p>
--

Fuente: elaboración propia

Se establecieron 4 grupos focales, de 20 individuos cada uno, para un total de 80 individuos, de los cuales el 56% fueron hombres y el 44% mujeres. Los dos primeros grupos focales se realizaron integrando visitantes que primordialmente llegaron por vía férrea a la estación ubicada en la cabecera cantonal desde ciudades como Guayaquil, Durán, Milagro, Machala, y un 20% de los integrantes seleccionados fueron extranjeros. Los otros dos grupos focales se integraron con

individuos que acudieron en su vehículo propio hasta la zona de las cascadas y senderos ecológicos del bosque húmedo. Su procedencia fue de las ciudades de Guayaquil, Milagro, Machala, Riobamba, Cuenca, Azogues, entre otros. De la misma manera un 20% de los integrantes fueron de nacionalidades extranjeras.

3.1 Resultados obtenidos

Tras la interacción con los grupos focales de turistas que llegaron en el tren del medio día durante los fines de semana, así como con aquellos que llegan en transportes particulares, se pudo detectar que solo el 33% de ellos conoce la existencia de la comunidad amazónica Shuar asentada en el sector; mientras que el 67% desconoce de la existencia de una comunidad de esas características.

Un 65% de las personas que conocen de la existencia de la comunidad Shuar y llegan al cantón nunca han visitado la comunidad. El 21% de han visitado la comunidad varias veces, el 14% una sola vez.

Sin embargo, a pesar del desconocimiento, el 98% de los visitantes creen que se podrían realizar actividades de salud y bienestar dentro del cantón; ya que un 76% afirma haber escuchado o conocer las actividades medicinales ancestrales que realiza la comunidad Shuar para curar males y dolencias físicas y espirituales.

El 86% de los visitantes cree que la medicina natural y las terapias alternativas pueden ser más efectivas que la medicina moderna para ciertos males y dolencias; y al 89% de estas personas les gustaría conocer los procesos del uso ancestral de la medicina natural de la comunidad Shuar, y además consideran que es de alta importancia conservar esta sabiduría para las futuras generaciones.

El 74% de los encuestados admitió que estarían dispuestos a dejarse tratar por los curanderos indígenas para tratar sus dolencias o malestares, tanto físicos como emocionales y espirituales. Un 88% de los visitantes considera interesante la realización de actividades que incluyan los procedimientos y técnicas ancestrales de curación con plantas medicinales autóctonas cultivadas orgánicamente por la comunidad Shuar.

4. Conclusiones

El turismo de salud es una actividad que se ha ido desarrollando a través de los años en diferentes ciudades del Ecuador, especialmente en los centros urbanos de mayor tamaño y desarrollo, los mismos que poseen centros de salud, hospitales y clínicas especializadas. Sin embargo esta modalidad de turismo ha sido ajena a las comunidades ancestrales del Ecuador, pueblos indígenas con tradiciones y cosmovisiones únicas, que han desarrollado un sistema único de bienestar físico y emocional basado en las bondades de la naturaleza.

En un mundo como el actual, en el que las sociedades globales buscan los productos orgánicos, las terapias antistress, los procesos de los saberes ancestrales que se fundamentan en la riqueza biológica de áreas naturales; El turismo de bienestar se ha convertido una opción indiscutible para que las pequeñas comunidades que poseen grandes riquezas culturales inmateriales sean capaces de competir con las modalidades tradicionales y masivas de turismo. Esta investigación pretende establecer los lineamientos principales para el diseño de un producto de turismo de bienestar promoviendo el “saber-hacer” ancestral de la Comunidad amazónica Shuar del cantón Antonio Elizalde en Provincia del Guayas, con el propósito de que turistas nacionales y extranjeros puedan descubrir los atractivos del sector, y puedan optar por la medicina ancestral, la tranquilidad del campo y la vida comunitaria con rasgos sociales y culturales de altísimo valor.

La evaluación realizada en la comunidad, indica que la etnia Shuar tiene una amplia diversidad cultural que ofrecer en referencia a la medicina ancestral, al uso de hierbas, semillas, tubérculos, frutas, cortezas, vegetales, especias, y demás elementos de índole biológico y natural, afianzado este uso en los conocimientos adquiridos por sus ancestros y que se traducen a una serie de ritos y habilidades que poseen para preparar brebajes e infusiones, procedimientos físicos, que además de incluir a las plantas medicinales, también se integra el uso del agua que baja de las montañas del bosque húmedo como dadora de bienestar personal.

Como parte de la visión de la Economía del conocimiento se pretende proteger los saberes ancestrales generados en pueblos y etnias indígenas del país, así como las tradiciones y costumbres que se transmiten a través de la oralidad de generación en generación. De esta manera, el turismo se transforma en una herramienta sostenible para las comunidades autóctonas, con la que a través de la misma pueden fomentar emprendimientos sociales, incrementar sus ingresos,

empoderarse en la actividad laboral y formar ejes de preservación de su patrimonio intangible.

El turismo de bienestar y sus productos pretenden cubrir necesidades específicas de los públicos objetivos, los visitantes más jóvenes persiguen obtener un estado de bienestar físico y emocional y prevenir enfermedades futuras, mientras que los visitantes de mayor edad y adultos mayores, buscan aplacar y curar dolencias, y males físicos que se presentan en las últimas décadas de la vida humana.

En una segunda fase que se encuentra en desarrollo en conjunto con el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón General Antonio Elizalde, se pretende diseñar un producto turístico específico que integre actividades turísticas proporcionadas por la comunidad y que tributen directamente al alcance del bienestar holístico del individuo, permitiendo el disfrute de los bienes naturales y culturales, la conservación de la sabiduría indígena y la fidelidad al producto propuesto.

5. Referencias:

Cabado, J. S., & Marco, L. P. (2001). Los espacios temáticos patrimoniales: una metodología para el diseño de productos turísticos culturales. *Estudios turísticos*, (150), 57-81.

Diario El Comercio. (2014). Ecuador busca proteger los saberes ancestrales. *Ecuador busca proteger los saberes ancestrales*, págs. <http://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-busca-proteger-saberes-ancestrales.html>.(Consultado el 12-12-2015)

Espinoza López, P. C., Bañuelos Flores, N., & López Reyes, M. (2016). Entre capullos de mariposas y fiestas. Hacia una alternativa de turismo indígena en El Júpate, Sonora, México. *Estudios Sociales: Revista De Investigación Científica*, 24(47), 1-35.

Medina-Muñoz, D. R., & Medina-Muñoz, R. D. (2012). Determinants of Expenditures on Wellness Services: The Case of Gran Canaria. *Regional Studies*, 46(3), 309-319. doi:10.1080/00343404.2010.510501

Palacios, J. (12 de diciembre de 2014). Estudio Sociocultural de la comunidad Shuar Entza asentada en Naranjal, Provincia del Guayas. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad de Guayaquil.

Sánchez Zapata, A. (2006). Turismo de salud: situación actual y perspectivas de futuro. *Apuntes IX*.

Secretaria del Buen Vivir. (2015). *Saberes ancestrales: lo que se sabe y se siente desde siempre*. Quito. (Consultado el 12-12-2015)

SENESCYCT. (2011). *El diálogo de los saberes y los desafíos*. Quito. (Consultado el 21-01-2016)

016. EL TURISMO CIENTIFICO UNA ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO LOCAL. EL CASO DE PUERTO PIZARRO.

Autores:

MSc.Gianella Rojas Figueroa*

Universidad Espiritu Santo - Ecuador rojas.gianella@gmail.com

MSc. José J. Forteza Pons**

Universidad Espiritu Santo - Ecuador

jforteza@uees.edu.ec

MSc.Alina M. Sánchez***

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad Ecotec - Ecuador

amsanche@yahoo.com

Resumen

Hoy en día las nuevas tipologías turísticas se presentan como una alternativa para el desarrollo sostenible de comunidades, debido en gran parte a que no solamente mejoran el nivel económico de un espacio determinado sino que pueden mejorar también la situación social y ambiental. Es así, que el objetivo de la presente investigación es determinar cuáles son los aportes del turismo científico percibidos por los pobladores de la comunidad de Puerto Pizarro. Para ello se plantea una investigación descriptiva y correlacional, diagnosticando y contrastando la percepción de los pobladores sobre el fenómeno turístico en su entorno local, en general y con respecto a la mencionada tipología. Esto a partir de un instrumento cualitativo como es el focus group (grupo focal), el cual proporcionó una observación de la incidencia del desarrollo turístico sostenible en el entorno local comunitario. A partir de esta metodología se concluyó que el turismo tiene un peso importante en la población de Puerto Pizarro, y que el turismo científico es una tipología de alto potencial significativo para la misma.

Palabras Clave: Turismo científico, desarrollo local, comunidad, ecoturismo, Puerto Pizarro.

Introducción

El turismo es una actividad económica que durante décadas ha experimentado un continuo crecimiento y una diversificación importante entre los destinos. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), 1,133 millones de turistas internacionales viajaron por el mundo en el 2014, existiendo un incremento del 4,3 % respecto a los 1,087 millones en el 2013. El mayor crecimiento lo tuvo Europa con un +3% en términos absolutos con 15 millones más de turistas internacionales en 2014 y un total de 582 millones de llegadas. La región de las Américas registró un crecimiento relativo más rápido del 8 % en el número de llegadas internacionales hasta alcanzar los 181 millones (13 millones más que en el 2013). La región de Asia y el Pacífico registró un crecimiento del 5% (14 millones más que en el 2013) elevándose a un total de 263 millones (OMT-UWTO, 2015). Esta actividad es fundamental para el progreso socioeconómico de un país debido a que genera fuentes de ingresos importantes, que van a depender de la calidad y de las rentas del servicio ofrecido.

Con el transcurso del tiempo las exigencias de los turistas respecto a las experiencias que esperan adquirir durante la visita al destino, se han convertido en más rigurosas. Actualmente los turistas están en la búsqueda de experiencias únicas, en las que el precio no sea el principal factor determinante de elección. Las motivaciones de viaje de los turistas también han evolucionado debido al incremento del nivel de vida en los países más desarrollados que ha propiciado el aumento de las actividades de ocio que son claves a la hora de elegir un destino (Pine & Gilmore, 1999). Por otro lado, cabe recalcar que la aceleración del cambio climático y sus efectos directos en el entorno natural, como la pérdida de la biodiversidad y espacios naturales, también han influenciado en las condiciones y exigencias que los nuevos turistas poseen; por lo que se han establecido nuevos modelos de desarrollo sostenible en las empresas de turismo y destinos para satisfacer estas exigencias.

En este entorno, la industria turística ha desarrollado como respuesta una capacidad para diseñar, operar y comercializar experiencias diferenciadas de valor añadido, dando como resultado en los últimos 20 años un incremento de la oferta de productos turísticos alejados del turismo convencional o de masas. Dentro de estas modalidades se encuentran ejemplos como el ecoturismo, el turismo científico y el turismo educacional, ya que permiten un alto grado de desarrollo de la conciencia para el entorno como eje de la consecución de experiencias enriquecedoras para la persona.

En la obra *Tourism as Science and Science as Tourism*, el autor cita el término “turista científico” indicando que este aparece por primera vez en la literatura en 1980 en la obra de Laarman & Perdue, *Tropical Science and Tourism*, presentada en 1989 (West, 2008). Según el trabajo investigativo de (Molokacova & Molokac, 2011) el turismo científico se describe como “el trabajo de exploradores en un lugar determinado sin un equipo técnico adecuado” (Laarman & Perdue, 1989). De acuerdo con el Centro de Investigación en Ecosistemas de la Patagonia (CIEP), el turismo científico es “una modalidad de intereses especiales, donde los productos se coordinan con el desarrollo de conocimientos científicos, generando oportunidades de apoyo para las investigaciones, así como transferencia de conocimientos al público no especialista” (Bourlon & Mao, 2011). Con ello se convierte en una alternativa para la conservación y valorización de patrimonios, sean estos naturales o culturales, puesto que su eje central es la educación y la formación como parte esencial de la construcción de una oferta diversificada (visitas, circuitos temáticos, viajes, excursiones, etc.) en el largo panel del destino.

Con estos antecedentes, el presente trabajo investigativo gira en torno a la escasez de investigación que aborda el tema de turismo científico desde la visión de la aportación al desarrollo local. El objetivo de este documento por tanto es indagar las aportaciones del turismo en general a las comunidades y profundizar de manera específica en el producto de turismo científico, para dar respuesta a como esta tipología impacta en la comunidad. Para poder obtener la percepción de la comunidad frente al turismo se empleará una metodología cualitativa fundamentada en la realización de grupos focales y de entrevistas a expertos.

En la primera parte del documento se procederá a conceptualizar el turismo en general y sus aportes al desarrollo comunitario. En segunda instancia se hará un acercamiento al producto científico – educativo y a la forma de como éste sirve de difusión de nuevos conocimientos en la comunidad, lo cual servirá para revisar las implicaciones de su desarrollo. Por último, en la tercera parte se expondrá el caso de Puerto Pizarro, como un estudio del emplazamiento comunitario para el desarrollo del turismo científico.

Desarrollo

El turismo y sus aportes al desarrollo comunitario

En 1990 el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (ONU), concreta el desarrollo humano como “aquel proceso por el cual se ofrecen mayores oportunidades a las personas, incluyendo entre estas una vida prolongada y saludable, el acceso a la educación y a los recursos necesarios para disfrutar de un nivel de vida decente.” (PNUD, 2008).

De acuerdo a Boisier (2001) el desarrollo local se conceptualiza como “un proceso endógeno registrado en pequeñas unidades territoriales y asentamientos humanos”. Estos cobran por tanto protagonismo, recibiendo bajo ciertos parámetros la denominación de comunidades, a la cuales Bartle (2007) atribuye por un lado la conceptualización partiendo de su composición (“conjunto de individuos que interactúan”), para posteriormente describir las acciones que los mencionados componentes suelen realizar bajo parámetros de expectativas, esperanzas, valores,

creencias y significados. Finaliza la descripción aportando la condición *sine qua non* de compartición e igualdad, la misma que es expresada en sus estudios sociológicos por Tönnies (1979), y que Alvarado (2015) describe mediante una aclaración distintiva entre la Sociedad y la Comunidad, así como sus manifestaciones fundamentales, como son la vida familiar, la aldea, su moral y sus costumbres: “Comunidad es lo antiguo y sociedad lo nuevo, como cosa y nombre. (...) comunidad es la vida en común (Zusammenleben) duradera y auténtica; sociedad es sólo una vida en común pasajera y aparente (...)” (Tönnies, 1979).

Lo que queda claro es que tal y como señala la *World Wide Fund for Nation (WWF)*, en su informe sobre directrices de desarrollo del turismo comunitario (Denman, 2001), “la definición de la comunidad dependerá de las estructuras sociales e institucionales en la zona de que se trate, pero la definición supone alguna forma de responsabilidad colectiva y aceptación de los órganos representativos”. Por esta razón al desarrollo comunitario se le puede reconocer como objetivo la construcción de la capacidad comunitaria para manejar cualquier necesidad o resolver cualquier problema y ayudar a definir y construir un sentido de comunidad entre habitantes diversos de una localidad, constituyéndose por tanto en la base para su organización (Ander-Egg, 2005).

Es aquí donde aparece el desarrollo económico como una de las principales bazas de futuro de cualquier comunidad, “un proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o una región” (Vazquez Baquero, 2000). Según el autor, en el momento en el que la comunidad local tenga la capacidad de liderar el proceso de cambio estructural gracias a la utilización eficiente del potencial económico local, la forma de desarrollo pasaría a denominarse “desarrollo local endógeno”.

En este entorno cobra especial importancia la selección de nuevas alternativas y actividades para propiciar la apertura de considerables perspectivas para la innovación y la puesta en juego el acervo del capital social comunitario, dentro de las que se encuentra el turismo (Maldonado, 2005). Este viene definido según el enfoque o perspectiva bajo el que se revise, tal como lo señala la OMT (2015): “un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o negocios (...), tiene que ver con sus actividades y estas conllevan a un gasto turístico”. Entonces el turismo se considera como una actividad que origina el desarrollo social y económico mediante el traslado de personas hacia un espacio diferente a su lugar habitual generando un gasto turístico, creando ingresos y fortaleciendo las creencias culturales; su desarrollo se da a partir de la mejora en infraestructuras y servicios generando empleos e ingresos para la localidad (Pearce, 1991).

Suarez & Merli por su parte, consideran que la contribución del turismo al desarrollo local se relaciona con la posibilidad de articular los diferentes grupos de interés en un proyecto común: “El destino, es el ámbito donde se originan la multiplicidad de relaciones y repercusiones, por lo que se hace evidente construir una política de

desarrollo que involucre las diferentes actividades productivas del centro y su área de influencia, en que el turismo contribuya, como una actividad más, a mejorar la calidad de vida de residentes y turistas” (Suarez & Merli, 2006). Para el autor entonces los beneficios del turismo en pos del desarrollo comunitario no pueden reducirse exclusivamente a lo económico, sino también a otras dimensiones entre las que se encuentran el enriquecimiento cultural, el favorecimiento del respeto mutuo y la tolerancia, la promoción de la colaboración entre las entidades públicas y privadas, la potenciación del tejido social y asociativo, el mejoramiento de las condiciones sociales de la comunidad, la exigencia de un desarrollo económico y social sostenibles, y la promoción de una capacitación laboral de la juventud, entre otras.

Un caso ejemplarizante de la no consecución de los parámetros anteriores podría ser el de la comunidad de Shiraz, en Irán. Aquí la ausencia de participación comunitaria provocó que la industria del turismo no se desarrollara de forma correcta (Aref & Ma' rof, 2008).

Como conclusión de lo expuesto, cabe mencionar que tal y como afirman Gursoy & Rutherford (2004), a la hora de planificar la actividad turística en una comunidad, la consideración de la percepción de los residentes locales es un factor clave a tener en cuenta. En este sentido Andriotis & Vaughan (2003) afirman que el apoyo de cada miembro dependerá de la existencia de una buena distribución de los beneficios, tanto sociales como económicos o medioambientales. Esto queda reforzado si se tiene en cuenta la propuesta de Perdue, Long, & Allen (1990) en cuanto a aportación de la teoría del intercambio social para con la construcción de una relación entre los impactos percibidos y el apoyo para el desarrollo turístico. Es importante recalcar que los impactos económicos del turismo son los que mayor peso investigativo suelen acarrear. Así, un alto porcentaje de los estudios realizados, analizan la percepción de los residentes y la evaluación del costo y beneficio económicos del desarrollo turístico en la comunidad (Mason, 2003).

El producto turístico científico, ¿un factor de difusión de conocimientos a la comunidad?

El desarrollo turístico alternativo se muestra como una propuesta que resuelve a la vez la doble necesidad de desarrollo y equidad social, en cuanto a oportunidades económicas, cuando no hay inversión en infraestructura del turismo de masas. Estas formas alternativas de turismo buscan aprovechar atributos específicos de un territorio para construirse como el turismo de intereses especiales (Dewailly, 2006). Entre estos intereses es posible encontrar las ciencias, la aventura, el deporte, etc. Partiendo de este punto, la definición de turismo científico emerge en la década de los 80, tanto en la literatura científica como en la turística; existiendo diferentes formas en las cuales la dimensión científica se incorpora dentro de la dimensión turística y viceversa. Bourlon & Mao, autores de la referida temática, emprenden en el año 2011 una búsqueda con la finalidad de definir el turismo científico, identificando a partir de una búsqueda en “Google académico”, una gran cantidad de contribuciones en diferentes idiomas.

Esta metodología facilitó el cálculo de numerosas publicaciones dentro de múltiples sitios de internet.

El resultado fue la identificación de unas 3,714 referencias, principalmente en inglés, español, francés y alemán, aportando una visión de la noción de turismo científico, que calificarían a una gran variedad de prácticas o de productos turísticos, con privilegio de las áreas de aventura o de exploración; culturales, educativas o vivenciales; o incluso la esfera de la investigación científica pura (Bourlon & Mao, 2011).



Figura 1. Gráfico de las esferas del turismo científico. Extraído del documento de Bourlon y Mao 2011

A continuación se presentan las cuatro formas de turismo científico que proponen ambos autores (Bourlon & Mao, 2011):

- *El turismo aventura de dimensión científica*

Esta tipología relaciona la investigación científica con actividades deportivas o de exploración. Es innegable la estrecha relación que existe entre la aventura y la ciencia. En 1937, por ejemplo la “*Société des Explorateurs Français*” (SEF) y el “*Groupe Liotard*”, propusieron misiones científicas y deportivas a personas para el descubrimiento del mundo (*Société des Explorateurs Français*, 2015).

- *El turismo cultural de contenido científico*

Esta forma de turismo mezcla la dimensión científica con animación, mediación y participación, reuniendo un componente histórico y territorial (Bourlon & Mao, 2011).

- *El eco-voluntariado científico*

Se trata de una tipología que indica la implicación activa del turista o voluntario, a partir de su participación en el proceso metodológico de la investigación (Wearing & Neil, 2000). Las acciones del proyecto tendrán una dimensión de protección y valorización medioambiental y un componente colectivo, social y humanitario (Baillet & Berge, 2009).

- *El turismo de investigación científica*

Esta tipología refiere a los investigadores que viajan por motivos de trabajo, es decir un seminario o conferencia de un tema investigativo. Para tratar esta tipología los autores utilizan el término de “*research tourism*” (Benson, 2004; Novelli, 2004).

A partir de la información revisada y las subdivisiones expuestas, se puede concretar que aportar una definición del término “turismo científico”, centro del presente documento para el caso de la comunidad de Puerto Pizarro impone ciertas precauciones y acotaciones al momento de calificar e integrar el campo turístico con la actividad científica de un investigador y sus desplazamientos profesionales. En este sentido, siguiendo a Dewailly (2006) hay que tener en cuenta la existencia de tres puntos de vista principales para abordar el fenómeno del turismo de investigación científica: El primero, donde el viaje sólo es un medio y el objetivo principal es adquirir conocimientos (MIT, 2002; Leiper, 1995). El segundo, se trata de aquel en el cual las motivaciones principales son la movilidad y el estatus social (Hoerner, 2002). Y finalmente el tercero en el que la principal motivación es el cumplimiento de objetivos profesionales (OMT, 2015).

Una vez analizados los subcomponentes tipológicos del turismo científico, un último detalle a indagar serían los aportes que esta tipología específica de producto turístico puede ofrecer a las comunidades en donde se desarrollan. Aquí cobran importancia las conclusiones de autores, expuestas en la tabla a continuación:

Forma de turismo científico	Aportes a la comunidad	Caso de estudio	Autor / Cita bibliográfica
Turismo de exploración o de aventura con dimensión científica	Difusión de conocimientos relativos a la antropología, biología, arqueología	Unión Internacional de Espeleología en “La Exploración de Cavidades e Investigación Científica en el Extranjero”	(UIS, 2015)
Turismo cultural de contenido científico	Preservación de espacios naturales públicos y privados Imagen positiva de Naturaleza preservada (Marketing) Tolerancia Beneficios en educación ambiental Estudio, intercambios, basados en la promoción de las actividades y programas de aprendizaje.	Caso de Costa Rica	(Rovinsky, 1993) (Laarman & Perdue, 1989) (Ministério do Turismo, 2010)

	Mejora del desarrollo personal y profesional gracias a experiencias de aprendizaje Mejoras en la educación de la población.		
Ecovoluntariado científico	Preservación del medio ambiente Valorización de la especies Desarrollo social, emocional y afectivo Valor espiritual Conocimiento científico	Togo , Brasil, Colombia , Mongolia	(Blangy & Alain, 2007) (Baillet & Berge, 2009)
Turismo de investigación científica	Investigaciones en parques nacionales y reservas Biológicas y forestales del país. Protección y desarrollo de espacios naturales Interacciones entre los actores locales co-desarrollan la Investigación.	Costa Rica Africa central Comuna de Coyhaique Estación Científica Charles Darwin y Universidad Ikiam	(Vargas Ulate, 1997) (Pauchard, 2000) (Wilkie & Carpenter, 1999)

Tabla #1: Aportes a la comunidad del turismo científico. Elaboración propia a partir de la recopilación de diferentes autores.

Puerto Pizarro un nuevo emplazamiento comunitario para el turismo científico

Puerto Pizarro es un balneario que se ubica en la provincia de Tumbes a 13 km al norte de la capital del mismo nombre, en el extremo norte de la costa peruana limitando con Ecuador (Gobierno Regional de Tumbes, 2006).

Una vez situado físicamente el emplazamiento de estudio, a continuación se exponen las conclusiones obtenidas del trabajo de campo y análisis bibliográfico, en cuanto a la potencialidad de Puerto Pizarro como destino turístico en general y en concreto, con referencia al producto turístico científico/ educativo. En la tabla siguiente como primer paso se adjunta información referente a Puerto Pizarro como destino turístico conformando un diagnóstico territorial enfocado a dicha actividad:

Características	Diagnóstico territorial
Accesibilidad	Desde la ciudad de Tumbes llegar a Puerto Pizarro puede tomar 15 minutos. Puerto Pizarro es el punto de partida para visitar en bote los manglares.
Situación geográfica	Puerto Pizarro es un territorio de Manglar, por lo tanto un ecosistema formado por esteros y canales navegables.
Organización territorial del sitio	Puerto Pizarro es manejado por diferentes organismos en múltiples escalas el Gobierno Regional de Tumbes y la Municipalidad de Puerto Pizarro y ciertos actores de turismo como la cámara de Turismo de Tumbes.
Patrimonio	Patrimonio natural: bosque de manglar, que refugia a diversas especies de importancia entre ellas, 100 especies de aves, 34 de crustáceos, 10 especies de caracoles, 24 de moluscos. En el criadero de cocodrilos se puede apreciar la especie (<i>Crocodylus acutus</i>) que es única en Perú y está actualmente en peligro de extinción. Patrimonio cultural: artesanía fabricada a base de restos marinos. Gastronomía reconocida a base de platos como los ceviches
Contexto socio económico	Su población asciende a unos 4700 habitantes, dedicados a la pesca artesanal y a la extracción de recursos hidrobiológicos del manglar. Esto se complementa con la maricultura en Puerto Pizarro. El cultivo de concha de abanico representa el 67,41% de la producción marina, mientras que el cultivo de langostinos representa 32,59 considerando a todo el Departamento de tumbes. (Editora Peru , 2006).
Oferta turística	Gran número de actividades: recorrido a las islas del Amor, la isla de los pájaros e isla Hueso de Ballena; Windsurfing; esquí acuático; paseos en lancha para avistamiento de ballenas y visita al zoo criadero de cocodrilos. La oferta de servicios asciende aproximadamente a 10 hoteles, 15 restaurantes y 20 picanterías.
Comunicación Imagen	Puerto Pizarro es conocido por los turistas internos como "un lugar de descanso". En estos últimos meses Puerto Pizarro tiene una imagen de peligro debido a los numerosos reportajes informativos sobre el fenómeno del niño, que ha incrementado el miedo en los turistas.

Tabla #2: Resumen de diagnóstico territorial de Puerto Pizarro. Elaboración propia.

Dentro de las potencialidades turísticas del lugar, desde el año 2014 se plantea la realización de un proyecto emblemático para la incursión de la comunidad en el turismo científico educativo. En las líneas siguientes se describe el mencionado proyecto con el fin de que sirva de punto de partida para el análisis del estudio. La empresa que plantea el proyecto, Incabiotec SAC, está dedicada a la biotecnología molecular especializada en los sectores de acuicultura, agricultura, agro alimento y medio ambiente. Fue creada en el 2009, en Tumbes; su equipo está constituido por profesionales, doctorantes, técnicos y maestrantes, especializados en genética, patología, inmunología, microbiología, fisiología, biología molecular, etc. Incabiotec dispone de un centro de investigación experimental en biología acuática y en biotecnologías acuícolas localizado en Puerto Pizarro (CEBAP).

Es importante resaltar que el mencionado centro se encuentra abierto a los estudiantes de colegios, universidades e institutos de Perú, Ecuador y otros países para conocer sobre el trabajo en biotecnología acuícola; constituyéndose en un producto potencial de turismo científico educativo. Adicionalmente la empresa propone una iniciativa paralela para la construcción de un espacio pedagógico de tipo acuario cuya finalidad principal es la sensibilización de la población hacia el mundo acuático y su conservación a través de actividades de carácter educativo y completado con actividades de carácter recreativo.

Oferta del turismo científico en la Region Norte de Perú

La tabla acontinuacion explica los circuitos existentes y posibles que pueden desarrollarse en Puerto Pizarro y en la Region Norte del Perú.

Segmentos de turismo científico	Categoría de viaje	Temáticas científico	Viaje potencial
1. Exploraciones científicas	Exploración y aventura científica	Biología de mamíferos marinos Biotecnología molecular.	Tour de avistamiento de cetáceos partiendo desde Puerto Pizarro mar adentro a la Isla Santa Clara en Ecuador donde se pueden observar y posteriormente realizar prácticas de biotecnología para realizar diagnóstico de patologías
2 Viajes Educativos y culturales	Cultural e interpretación científica	Ciencias forestales y de conservación. Gastronomía	Circuito de los Cerros de Amotape. Tour gastronómico por los restaurantes de la región para conocer la historia de sus platos.
3 Exploraciones científicas	Exploración y aventura cultural y científica	Geografía e historia marina	Expediciones científicas para estudios de la mantarraya.
4 Eco voluntariado científico	Eco voluntariado (Educación y aprendizaje) e investigación científica	Ciencias ambientales	Viajes académicos de la diferentes universidades de Perú Eco voluntariado en el Espacio pedagógico tipo acuario
5 Ecoturismo con dimensión científica	Cultural e interpretación científica	Cultura, medio ambiente, biología molecular, acuicultura	Visitas al Espacio pedagógico de tipo acuario y CEBAP
6 Investigaciones científicas	Aventura	Biología marina	Estudios acústicos y

			fotométricos de los cetáceos
7 Exploraciones deportivas con perspectivas científicas	Exploración y aventura	Reconocimiento geográficos Ambiente	Reconocimiento en kayak de los manglares de Puerto Pizarro.
8 Viajes educativos y culturales	Eco voluntariado (Educación y aprendizaje)	Ornitología	Observaciones ornitológicas y talleres de foto caza. Elaboración de senderos de interpretación para avistamiento de aves.
9 Viaje de turismo científico semi-integral	Viaje que Incluye Las tres formas del TC: Investigación, voluntariado, aventura (para incluir las 4 formas debería también desarrollar más la cultura)	Biología, aplicaciones y estudios sociales	Estudios de la biología y sus aplicaciones a la comunidad.

Tabla #3: Tipología de turismo científico en la Región Norte de Perú. Elaboración propia.

Metodología

La metodología implementada en la presente investigación es descriptiva y correlacional; ya que diagnostica y contrasta los rangos diferenciadores dentro de la población de Puerto Pizarro y los relaciona mediante observación estableciendo la incidencia del desarrollo turístico científico. La investigación ha sido dividida en dos partes: una parte inicial donde se ha realizado una investigación de campo; una revisión de fuentes secundarias (se ha indagado en diferentes documentos bibliográficos como libros, páginas web, revistas e investigaciones científicas y trípticos promocionales de Puerto Pizarro) y por último se ha optado por realizar una adaptación de la metodología utilizada por Mao y Bourlon (2011) en el estudio del turismo científico, para el caso del entorno de la región norte del Perú. De esta parte inicial, se obtuvieron resultados que dieron lugar a la segunda fase de la investigación. En la misma se emplearon técnicas cualitativas, a partir de diferentes entrevistas en profundidad a actores clave y 4 grupos focales representativos de la población local. Con esto se ha provisto de la información necesaria para la consecución de los objetivos marcados inicialmente.

Para desarrollar el análisis de los resultados obtenidos de los grupos focales a la comunidad de Puerto Pizarro, se estructuró un cuestionario guía, se determinó el número de asistentes y se realizaron las correspondientes fichas con papelógrafos para agilizar el desarrollo del grupo focal.

Para los grupos focales, las preguntas se dividieron en 5 fases: presentación, percepción geográfica, sentimientos y motivaciones, turismo y involucramiento comunitario. Se realizaron 4 grupos distribuidos en: 2 grupos de hombres y 2 grupos de mujeres, donde la mayoría de hombres (70%) corresponden a la edad de 48 años en adelante mientras que las mujeres están entre 26-47 años (70%). La mayor parte de los participantes son casados (55%) y tienen hijos. Adicionalmente, en lo referente a su nivel de formación destaca la formación secundaria (50%), seguida de la primaria (40%) y en último lugar la universitaria (10%).

La principal actividad económica que realizan los participantes son amas de casa (45%, en su totalidad mujeres), guardianía de embarcaciones (20%) y pesca (15%).

Entre los lugares más visitados por la población local, se encuentran el criadero de cocodrilos en primer lugar, la isla de los pájaros en segundo lugar y la isla hueso de ballena en tercer lugar. La situación varía si se trata de los lugares preferidos por los pobladores; estos son: la isla de los Pájaros (preferida por un 40%) y la isla Hueso de Ballena (preferida por 20%).

En cuanto a la imagen territorial que posee la población, para la mayoría de los participantes, Puerto Pizarro representa por encima de todo un centro de trabajo, un hogar o un símbolo de pesca. Esto indica que para ellos la comunidad representa un símbolo de sustento, que se refleja en su propio entorno o en su propia forma de vida.

Tipología de turismo científico	Mujeres	Hombres	Total
Deportivo	1	4	5
Educativo	4	2	6
Eco-voluntario	2	2	4
Científico / de investigación	3	2	5
TOTAL	10	10	20

Tabla #4: Tipología de turismo científico con más aceptación por parte de los pobladores de Puerto Pizarro. Elaboración propia

Es importante señalar que de acuerdo a lo mostrado en los grupos focales, para la comunidad la tipología de turismo científico educativo tiene un alto nivel de aceptación. Esto en gran parte es debido a que su principal anhelo es que las generaciones futuras en Puerto Pizarro puedan tener otro tipo de desarrollo, con mejores resultados sociales y económicos.

El turismo en Puerto Pizarro se muestra más organizado según los pobladores. También se ha dado un crecimiento lento pero constante de la oferta hotelera y de restauración. Esto es debido al incentivo que representa el incremento de visitantes. Otro dato que afirman es la mejoría en cuanto a la accesibilidad, principalmente desde Tumbes, razón por la cual los servicios y oferta de actividades turísticas se han incrementado ofreciendo al turista, mayores opciones al momento de visitar Puerto Pizarro. Finalmente en lo referente al entorno y la imagen del lugar, se puede agregar que Puerto Pizarro presenta una mejoría respecto al pasado. Sin embargo cabe recalcar que existe aún contaminación y falta de educación ambiental en la población.

En cuanto a los aportes que el proyecto pueda traer a la comunidad, los pobladores exponen que lo esencial es que éste pueda contribuir con el conocimiento en diferentes áreas para las generaciones futuras y pueda generar una fuente de empleo a largo plazo. Un dato relevante es que esta conclusión fue aportada indiferentemente por hombres o mujeres, en el mismo nivel de respuesta.

Adicionalmente los pobladores también muestran el deseo de obtener conocimientos adicionales en aspectos tales como veterinaria, acuicultura o en cualquier otro área que puedan suponer una mejora en la calidad de vida, tanto a nivel económico como social o ambiental.

En lo referente a la formación que estarían interesados en obtener, las mujeres de

Puerto Pizarro ven una opción interesante recibir talleres que ayuden, tanto a mejorar su desempeño en el hogar como ama de casa, como a bajar la carga de trabajo de su esposo o que les permita tener nuevas alternativas de ingreso para el hogar. Por el contrario, el género masculino se muestra deseoso de recibir cualquier formación que les conlleve a mejorar su desempeño laboral actual.

Cuando se analiza la predisposición por ser partícipes de la actividad turística, el 65% de las personas lo estarían, ya sea directamente o mediante cursos de formaciones y capacitación. Un dato importante es que estas personas son casi exclusivamente del género femenino, por cuanto el 35 % restante, del género masculino no muestran interés en el turismo, ya que su único deseo es continuar realizando las actividades actuales.

Por último, en referencia al reconocimiento del turismo por parte de la población, al preguntársele al respecto optan por relacionar el término con conceptos representativos directa o indirectamente al ocio, tales como paseo, diversión, entretenimiento y gente que visita Puerto Pizarro. Por tanto, al escuchar la palabra "turismo" piensan mayoritariamente en el turismo de ocio o cualquiera de las tipologías que conllevan el movimiento de masas. Ya al momento de indagar sobre un posible reconocimiento del término "turismo científico", la población no duda en relacionarlo con ciencia, naturaleza, análisis, charlas e investigación. Por tanto, se puede concluir que al momento la comunidad tiene en mente en su mayoría la cuarta tipología de turismo científico propuesto por Bourlon & Mao (2011).

Finalmente, es importante conocer cuál es la reacción que la comunidad muestra hacia el turista. Aquí no dudan en exteriorizar el hecho de que en su mayoría los pobladores de Puerto Pizarro suelen tener una reacción positiva hacia el turista, tratándolo de forma amable y cálida. Esto es un dato importantísimo, no sólo para la investigación, sino para el éxito de cualquier propuesta futura de implementación.

Conclusiones

Puerto Pizarro es una comuna con características apropiadas para el desarrollo turístico sostenible. Con el transcurso de los años se han podido reconocer los primeros aportes del turismo dentro de esta comunidad; entre ellas la generación de empleo, los aportes en infraestructura y las mejoras en capacitación para la población, siendo estos hechos de gran importancia al momento de generar una experiencia turística positiva. Al mismo tiempo las características naturales de Puerto Pizarro han permitido la instalación de nuevas actividades tecnológicas en el norte de Perú y esto ha traído consigo muchas ventajas para el desarrollo de nuevas tipologías de turismo, entre ellas el turismo científico basado en las biotecnologías y en la explotación sustentable de recursos faunísticos.

El proyecto¹ que se está realizando actualmente como la propia población pretenden alcanzar dos opciones de desarrollo: una que se dirija hacia la ampliación de los conocimientos científicos y la educación ambiental de las generaciones futuras y otra que de importancia a la generación de mayores ingresos para la comunidad.

Mediante este documento se concluye que la población es consiente del peso que

¹ La empresa que plantea el proyecto, Incabiotec SAC, dispone de un centro de investigación experimental en biología acuática y en biotecnologías acuícolas localizado en Puerto Pizarro (CEBAP).

tiene el turismo dentro de Puerto Pizarro y lo que es más importante, la mayoría de los pobladores de Puerto Pizarro suelen tener una reacción positiva hacia el turista, tratándolo de forma amable y cálida. Además las mujeres se muestran más predispuestas a participar en las actividades turísticas que los hombres.

Por último, la recomendación, basada en los resultados obtenidos, es la formación de los prestadores de servicios en temas tales como guianza, biología, acuicultura, educación ambiental, gastronomía y operación turística se presenta como un factor esencial al momento de instaurar un nuevo producto turístico científico dentro del territorio. Esto puesto que ésta incide significativamente en la calidad de servicio percibido por el turista, conllevando una mejora en el desarrollo social y económico de la población.

Bibliografía

- Alvaro, D. (6 de 8 de 2015). Los conceptos de comunidad y sociedad de Ferdinand Tonnis . *Papeles del CEIC #52*, págs. 11-20.
- Ander-Egg, E. (2005). *Metodología y practica del desarrollo de la comunidad*. Salou (Tarragona): Unieurop, .
- Andriotis, K., & Vaughan, R. (2003). Urban residents'attitudes toward tourism development: The case of Crete . *Journal of Travel Research*, 42, 172-185., 42, 172-185.
- Aref, F., & Ma' rof, R. (4 de 8 de 2008). Barriers to Community Participation toward Tourism Development in Shiraz,Iran. *Pakistan Journal of Social Sciences*, págs. 5(9), 936-940.
- Baillet, C., & Berge, O. (2009). Comprendre l'experience de l'éco volontariat: une approche par la valeur de consommation. *Actes du Deuxième Colloque International sur les Tendances du Tourisme*. Sldi Dhrif : Tunisie .
- Bartle, Phil. (4 de 8 de 2007). *CEC - Colectivo de Potenciación Comunitaria*. Obtenido de www.cec.vcn.bc.ca
- Benson, A. (2004). "Research tourism, professional travel for useful discoveries" in *Niche tourism: contemporary issues trends and cases*. Oxford: Elsevier.
- Blangly, S., & Laurent, A. (2007). Le tourisme aucthone: un lieu d'expression preivilegié pour des formes innovantes de solidarité. *Tourisme et solidarité*, 38-45.
- Blangly, S., & Alain, L. (2007). Le tourisme autochtone: un lieu d'expression privilégié pour des formes innovantes de solidarité, . *Tourisme et solidarité* , 26 (3) pp. 38-45.
- Boisier, S. (2001). *Desarrollo local: De que estamos hablando. Capitulo 1. Transformaciones globales, instituciones y politicas del desarrollo local*. Rosario : Homosapiens.
- Bourlon, F., & Mao, P. (2011). Las formas de Turismo científico en Aysen, Chile. *Gest. tur.* N° 15., pp 74-98.
- Bourlon, F., & Mao, P. (19 de 7 de 2011). El Turismo científico definiciones y debates . Elementos historicos para el turismo científico en Aysén. *Turismo, Territorios y*

Sociedades. Coyhaique: CIEP. Obtenido de Turismo Sustentable en Aysén. Word press: <https://turismosustentableaysen.wordpress.com/turismocientifico/>

CCODEM. (2008). Obtenido de www.ccondem.org.ec

Centro Regional de Documentación e Interpretación Ambiental (CREDIA). (2012). Taller de Turismo Educativo Científico. *Congreso Nacional de la Sociedad Mesoamericana para la biología y la conservación*. La Ceiba : La tribuna .

Comisión Brundlandt. (1990). *Informe de la Cumbre de Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro : ONU .

Denman, R. (2001). *Directrices para el desarrollo del turismo comunitario*. Gland: WWF.

Dewailly, J.-M. (2006). *Tourisme et géographie, entre péérégrinité et chaos ? Coll. "Tourismes et societés"*. Paris: L'Harmattan, 221 p.

Donald Getz, 2. (2007). Event tourism: Definition, evolution, and research. 414.

Editora Peru . (15 de 8 de 2006). *Naturaleza encantadora los manglares dde Tumbes*. Obtenido de Editora Peru : www.editoraperu.com.pe/Turismo/manglares.html

Ellis, C. (2003). "When Volunteers pay to take a trip with Scientists-Participatory Environmental Research Tourism (PERT) . *Human Dimensions of Wildlife*, 8,1, 75-80.

Escursia . (2015). *Ofertas de viajes científicos*. Obtenido de Escursia voyager curieux: <http://www.escursia.fr/>

Galves, P. (02 de 03 de 2014). TURISMO. (BELEM, Entrevistador)

Gobierno Regional de Tumbes. (17 de 05 de 2006). *Acuerdo de Consejo Regional N° 027-2006/gob.Reg. Tumbes-CR-P*. Obtenido de Gobierno Regional Tumbes : www.regiontumbes.gob.pe/consejoregional/acuerdoos/pdf/acuerdo-027-06.pdf

Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (4 de 8 de 2004). Host attitudes towardd tourism : An improved Structural Model . *Annals of Tourism Research*, págs. 31 (3), 495-516.

Hall, C. M. (1992). "Tourism in Antarctica: Activities, Impacts and Management",. *Journal of Travel Research*, 30, pp. 2-9.

Hall, C. M., & Johnston, M. (1995). Polar tourism: Tourism in the Arctic and Antarctic regions. *Chichester: John, Wiley and Sons Ltd.*, 346 p.

Hall, C. M., & Saarinen, J. (2010). "Polar tourism : Definitions and dimensions ". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(4), pp. 448-467.

Hoerner, J. M. (2002). *Traité de tourismologie. Pour une nouvelle science touristique*. Perpignan: Presses de l'Université de Perpignan, 191 p.

Hoibian, O. (2000). *Les alpinistes en France, 1870-1950 : une histoire culturelle*. Coll. *Espaces et temps du sport*. Paris : Harmattan, 338 p.

Hugo Riemann, R. V.-Á. (2010). El papel de las áreas naturales protegidas en el desarrollo local El caso de la Península de Baja California. *Gestión Política Pública*, 141.

Laarman, J. G., & Perdue, R. R. (1989). The case of OTS in Costa Rica. *Tourism Management*. *Tropical science and tourism*, 10(1), 29.

- Laarman, J. G., & Perdue, R. R. (16 de 2 de 1989). Tropical Science and Tourism. *Annals of Tourism Research* , pág. 205.
- Leiper, N. (1995). *Tourism Management* . Melbourne : RMIT press, 367 p.
- Lopez. (1560). *TURISMO 2*. GUAYAQUIL: SANTILLANA.
- Maldonado, C. (2005). *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- Mason, P. (2003). *Tourism impacts, planning and management*. Oxford : Butterworth-Heinemann: Jordan Hill.
- Ministerio de la Protección Social. (1994). *Informe científico de casos de fiebra amarilla en el apartamento del Meta*.
- Ministério do Turismo. (2010). Turismo de estudos e intercâmbio: Orientações Básicas Brasília. *Secretaria Nacional de Políticas de Turismo*, pág. 75 p.
- MIT . (2002). Lieux communs Paris: Berlin . *Tourisme 1*, pág. 320.
- Molina, S. (2004). *Fundamentos del Nuevo Turismo. Centro de Emprendimientos e Innovacion*. Mexico.
- Molokacova, L., & Molokac, S. (2011). *Scientific Tourism- Tourism in Science and Science in Tourism?* Kosice, Slovakia: Institute of Geotourism, Technical University in Kosice Letna.
- Morse, M. (1997). "All the world's a field : a history of the scientific study tour ", *Progress in Tourism and Hospitality Research* (3). *International journal of Tourism Research*, 257-269.
- Novelli, M. (2004). *Niche tourism: contemporary issues, trends and cases* . Oxford : Elsevier.
- OMT . (1 de 8 de 2015). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo OMT: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- OMT-UWTO. (31 de octubre de 2015). *Panorama OMT del Turismo Internacional* . Madrid: OMT.
- Origet du Cluzeau, C. (2005). "Tourisme scientifique et tourisme culturel destins commus et divergences". *La lettre de l'OCIM* 101, 6-11.
- Palomo, S. (1998). La aportacion del turismo al desarrollo economico de los paises en vias de desarrollo (PVD). El caso del mercado receptor de Bolivia. *Estudios turisticos*, N°136. 45-81.
- Pauchard, A. (2000). "La experiencia de Costa Rica en areas protegidas". *Ambiente y Desarrollo*, Vol XVI-3, pp. 516-à.
- Pearce, D. (1991). *Desarrollo turistico. Su planificacion y ubicacion geografica*. Mexico: Trillas.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1990). Resident support ffor tourism developpement . *Annals of Tourism Resarch*, 17 (4) , 586 -599.
- Pine, J., & Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press.

- PNUD. (2008). *Informe sobre Desarrollo Humano 2007-2008. La lucha contra el cambio climático: Solidaridad frente a un Mundo dividido*. Obtenido de Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo: www.undp.org.ar/docs/HDR_20072008_SP_Complete%202.pdf
- REA. (4 de 8 de 2015). Obtenido de Definiciones: <http://definicion.de/desarrollo/>
- Rovinsky, Y. (1993). "Private Reserves, Parks and Ecotourism in Costa Rica" in *Nature Tourism : Managing for the environment* . Washington : USA: Island Press.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development: An inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*. New Brunswick: Harvard University Press.
- Shaw, G., & Williams, A. (2002). *Critical issues in tourism: a geographical perspective*. Wiley-Blackwell: IBG Studies in geography, 371 p.
- Société des Explorateurs Français. (2015). *Histoire de la société* . Obtenido de Société des Explorateurs Français: http://www.societe-explorateurs.org/?page_id=6
- Stebbins, R., & Graham, M. (2004). Volunteering as leisure / leisure as volunteering: an international assessment. *Wallingford: Cabi Publishing Series* , 253.
- Suarez, S., & Merli, C. (2006). El desafío del desarrollo local y los obstáculos en un destino turístico. *CONDET. Año V, volumen 5. Universidad de Comahue -Neuquen*, págs. 93-108.
- Tönnies, F. (1979). *Comunidad y asociación*. Barcelona.
- Turismo, O. M. (s.f.).
- Turismo, O. M. (31 de 03 de 2014). Recuperado el 31 de 03 de 2014, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- UIS. (2015). *What is the UIS?* Obtenido de UIS: http://test3.brlog.net/index.php?option=com_content&view=article&id=19&Itemid=96
- Urry, J. (1995). *Consuming places*. Londres : Routledge, 257 p.
- Valls, J.-F., Bustamante, X., Guzmán, F., & Vila, M. (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Barcelona: Gestión 2000.
- Vargas Ulate, G. (1997). Geografía turística de Costa Rica, San José. *EUNED*, pág. 180 p. .
- Vazquez Baquero, A. (2000). *Desarrollo Económico Local y Descentralización: Aproximación a un marco conceptual. Proyecto CEPAL/GTZ de Desarrollo Económico Local y Descentralización*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Wearing, S. (2001). *Volunteer tourism : experiences that make a difference*, Wallingford. *Cabi Publishing* , 240 p.
- Wearing, S., & Neil, J. (2000). "Refiguring self and identity through volunteer tourism". *Loisir et société* 23 (2), pp. 389-419.
- West, P. (2008). Tourism as Science and Science as Tourism. *Environment, Society, Self and Other in Papua New Guinea. Current Anthropology* , pág. 597.
- Wilkie, D., & Carpenter, J. (1999). "Can nature tourism help finance protected areas in the Congo Basin ?". *Oryx*, págs. 33 (4), p.330-339.

017. ANÁLISIS DE LA ACCESIBILIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA PERSONAS CON MOVILIDAD REDUCIDA. CASO MALECÓN SIMÓN BOLÍVAR DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Autores:

Ing. Mayumy Chang Flores
mayumychang@hotmail.com.

César Santana Moncayo, Mgs.
csantana@ecotec.edu.ec

Resumen

El presente caso se enfoca en analizar los aspectos que permitieron llegar a la conclusión de que el Malecón Simón Bolívar tiene un déficit en accesibilidad al espacio físico para las personas con movilidad reducida o con alguna capacidad especial, sobre todo las personas que necesitan de equipos o algún tipo de prótesis para su movilización. Este estudio también contribuirá a que las autoridades tomen cartas en el asunto, dado que siendo un espacio público, involucra de manera directa a los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD's); ya que el cumplimiento cabal de la normativa legal vigente impuesta por el Gobierno Central respecto a la accesibilidad a los espacios en igualdad de condiciones, permitirá lograr un incremento en el flujo de turistas.

El Malecón Simón Bolívar de la ciudad de Guayaquil es uno de los sitios más concurridos por los turistas por tal motivo es objeto de este estudio, lo que se busca es tener la mayor accesibilidad con las medidas de seguridad necesarias para todas las personas con movilidad reducida y así puedan disfrutar de todos los atractivos turísticos y sitios de distracción con los que esta cuenta.

Palabras clave: Turismo accesible, accesibilidad, Malecón Simón Bolívar, Guayaquil

Introducción

Desde los inicios del Gobierno Central actual, se ha puesto mucho énfasis en hacerles cumplir los mismos derechos a las personas con movilidad reducida o que tengan alguna capacidad especial, la cual ha puesto leyes que deben ser cumplidas.

Para ello se debe hacer un análisis previo para la aplicación de las leyes ya que primero debe tener la seguridad necesaria para que las personas con movilidad reducida puedan acceder a este sitio tan emblemático e histórico de la ciudad de Guayaquil.

En las Normas Jurídicas del CONADIS. De la Ley Orgánica De Discapacidades, capítulo segundo "de los principios rectores y de aplicación", hace referencia a "Accesibilidad: se garantiza el acceso de las personas con discapacidad al entorno físico, al transporte, la información y las comunicaciones, incluidos los sistemas y las tecnologías de información y las comunicaciones, y a otros servicios e instalaciones abiertos al público o de uso público, tanto en zonas urbanas como rurales.

También comunica que se retire o elimine cualquier tipo de obstáculos para poder circular libremente y puedan realizar sus actividades con toda normalidad facilitando su acceso logrando así la mayor autonomía posible en el diario de sus vidas”.

El turismo ha venido creciendo de manera sostenida, sin embargo la falta de promoción del país de los atractivos turísticos, no ha sido tan beneficiosa para el desarrollo del turismo, ya que aún se encuentra en desarrollo, y no logra todavía los ingresos esperados.

A nivel mundial el turismo es una de las fuentes económicas más importantes, para el Ecuador en los últimos años ha sido uno de los ingresos económicos de muchas familias.

Es por esto que se deben realizar los proyectos turísticos dirigidos a todas las personas sin exclusión alguna ya que todos tienen la libertad de viajar o acudir a sitios públicos.

Este estudio llevara a tener una evaluación clara, para así poder presentar un plan de mejora a la accesibilidad de las personas con movilidad reducida, teniendo una oferta turística más amplia que acoja a todas las personas, en uno de los atractivos turísticos más importantes de Guayaquil.

Se realizara una encuesta para poder obtener la información que se necesita, es decir la situación actual en la que se encuentra el Malecón Simón Bolívar para poder dar la solución a este problema.

Desarrollo

Este trabajo se justifica por la importancia que tienen todos los individuos, anexando que el turismo no es discriminatorio, por tal motivo todos los espacios deben de estar adecuados físicamente para que todas las personas puedan gozar íntegramente de las áreas con total autonomía y seguridad. Tomando como referencia el Plan Nacional del Buen Vivir, en el objetivo tres, donde hace énfasis al mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Más allá de eso, Ecuador se encuentra consolidado como país de desarrollo, el cual actualmente está en constante evolución y mejoramiento, y la mejor manera de demostrarlo es mediante la medición de la satisfacción y la comodidad de los turistas, así como también sus habitantes.

Es decir, todas las personas merecen tener accesibilidad mediante servicios, desde luego en el ámbito turístico darle facilidades a las personas con movilidad reducida, para que puedan disfrutar sin ningún impedimento de acceso, al destino turístico en mención, este análisis abarcara todas las áreas del Malecón Simón Bolívar, donde el turista podrá acceder libremente con las facilidades.

Identificar y analizar la historia, es parte fundamental que se necesita para que el Malecón Simón bolívar sea un atractivo turístico, debido a que con la historia se aprende y se compara los cambios importantes que ha tenido dicho sitio, más aun cuando se quiere implementar un proyecto para adecuar el espacio físico, para que todos los turísticas puedan ingresar.

De esta manera, puedan ingresar al sitio, incluyendo a las personas con movilidad reducida, y no solo el ingreso, sino de una manera segura y autónoma, es decir, que se de las facilidades que necesitan.

Una de las ventajas con las que cuenta la ciudad Guayaquil es un aeropuerto, el cual se puede aprovechar debido a que los turistas llegan con mucha afluencia y se puede contratar paquetes turísticos de gran utilidad en las agencias de viajes, de esta manera se acogería a más turistas.

Estos pequeños paquetes son de poco tiempo ya que como este tipo de turismo recién se está implementando, se empezaría con algo corto pero muy atractivo, que conlleven mucha historia, sean divertidos e interesantes, buscar que el turista se quede con deseos de saber, conocer más, hasta tal punto de crear la necesidad en el visitante y que lo haga volver.

Más aún cuando se dan cuenta que la ciudad de Guayaquil implementa y adecua sitios como el Malecón Simón Bolívar para que todos los turistas puedan ingresar a este lugar de esparcimiento y puedan disfrutar del hermoso paisaje junto al río, sin limitantes ni exclusión hacia ninguna persona.

Por medio de los antecedentes históricos se comprenderá la cultura que existe y que se tiene como base de los habitantes de la ciudad de Guayaquil y sobre todo la historia del Malecón desde sus inicios hasta la actualidad.

Antes del Malecón Simón Bolívar que ahora conocemos, existió un muelle que permitió el embarque y desembarque de mercancías y personas que arribaban de distintas partes de Ecuador y del mundo, constituyéndose en la principal puerta comercial de la ciudad y del país a inicios del siglo XX.

Con el crecimiento de la actividad comercial en Guayaquil y la presencia de turistas nacionales y extranjeros que esto conlleva, la importancia del Malecón Simón Bolívar dejó de ser únicamente comercial para convertirse en un atractivo turístico de la ciudad, pero en su momento el Malecón al ser únicamente un puerto tenía desventajas que limitaban que sea considerado como un sitio turístico como la seguridad, la higiene y el aspecto del Malecón, Es por esto, que durante la administración del Ing. León Febres Cordero en la alcaldía de Guayaquil, correspondiente al periodo 1996 – 2000, determinó como parte de su proyecto de regeneración urbana al Malecón Simón Bolívar como su obra más relevante, la misma que posteriormente toma riendas el Abogado Jaime Nebot Saadi, actual alcalde de Guayaquil. Convirtiéndolo así uno de los principales atractivos con una afluencia considerable de visitas diarias

Hoy en día el Malecón Simón Bolívar es un atractivo público que ofrece diferentes actividades diurnas y nocturnas, donde la naturaleza de su flora y fauna se fusiona con el río Guayas que conjuga su arquitectura moderna con toda la historia que revela la evolución de una gran ciudad Cosmopolitan.

Es necesario que se propongan programas para el recorrido y visita de todos los turistas, incluyendo a las personas con movilidad reducida quienes son objeto del presente estudio. El incremento del número de personas que ingresen a Guayaquil y al Malecón podría, con el transcurrir del tiempo, generar mayores ingresos para la ciudad, y esto puede lograrse, en parte, si personas con movilidad reducida tienen facilidades de acceso a este sitio turístico.

Los programas a proponer incentivan la inclusión de todas las personas sin tener ningún tipo de discriminación para las mismas y fomentan el desarrollo del turismo, ya que acudirían más personas.

Puesto que la mayoría de habitantes en Guayaquil y extranjeros buscan el Malecón como centro de esparcimiento para pasar en familia, o con amigos, esto hace que los programas para alentar el turismo sean satisfactorios en la investigación realizada. Analizar el impacto económico, social y cultural de la propuesta de promoción y desarrollo del turismo para adecuar el espacio físico del Malecón Simón Bolívar de la ciudad de Guayaquil para las personas con movilidad reducida es otro de los puntos que se tomará en cuenta.

Debido a que toda propuesta de plan turístico tiene inmerso impactos de diversa índole, estos impactos deben de ser analizados y no necesariamente deben ser positivos, puesto que se analizará ventajas y desventajas del plan promocional.

Estos pros y contra serán analizados desde la óptica macro, a nivel nacional y local para conjugar el desarrollo de esta propuesta. Sin embargo, hay que rescatar que es beneficioso tanto para los habitantes de Guayaquil, como para las personas con movilidad reducida, ya que el mejoramiento del destino no solo mejorara el ámbito económico por la afluencia de visitas sino que también será un lugar más que podrán sumar las personas con movilidad reducida a su lista de actividades en la ciudad de Guayaquil.

Jafari sostiene que: “el turismo es el estudio del hombre lejos de su hábitat usual, de la industria que responde a sus necesidades habituales, y del impacto que tanto él como la industria tienen sobre el ambiente físico, económico y sociocultural de los residentes” (Jafari, 1977, p.6).

Lo que se busca es que el sitio que es promocionado como atractivo turístico sea de mejor comodidad para los visitantes y mientras más y mejores comodidades cuente el sitio es de mayor agrado, ya que se puede decir que mientras mejor se sienta como en casa el turista existen altas posibilidades de que regrese y se sienta a gusto, dando lugar a que pueda recomendar el sitio.

El turismo impacta de manera directa en la sociedad, este impacto puede ser físico, económico, social, entre otros.

Mientras que San Martín García considera que: “el turismo es la suma de tres factores: tiempo libre, ingresos económicos no necesarios para satisfacer necesidades personales como comida, casa, transporte, etc.

Y una consideración positiva o tolerancia por parte de la sociedad a la que se pertenece, hacia el hecho de viajar” (San Martín García, 1997, p.38).

Se apega a que el turista es una persona que posee recursos económicos elevados y que le sobra dinero para el esparcimiento, en el fondo no es verdad puesto que se parte de una necesidad y no de un lujo así opina Ryan: “es el medio por el que las personas buscan beneficios psicológicos” (Ryan, 1991 p.42).

Es por esto que el Malecón Simón Bolívar tiene la mayor afluencia de gente ya que el ingreso no tiene costo, es por esto que la mayoría de familias ecuatorianas acuden al sitio, porque además puedes pasar un momento en familia.

Definición apegada al bienestar social, al relax o confort de las personas, a esa necesidad de esparcirse y conocer nuevos lugares.

Mientras que la definición confiable es la que da la Organización Mundial del Turismo OMT: “actividades realizadas por viajeros que se encuentran lugares diferentes al de residencia habitual por un periodo no mayor a un año consecutivo, por razones de trabajo, placer u otros propósitos” (OMT, 2012).

Una de las ventajas con las que cuenta Guayaquil es un aeropuerto, el cual se puede aprovechar debido a que los turistas llegan con mucha afluencia y se puede contratar paquetes turísticos de gran utilidad en las agencias de viajes.

Estos pequeños paquetes son de poco tiempo ya que como este tipo de turismo recién se está implementando, se empezaría con algo corto pero muy atractivo que conlleven mucha historia, sean divertidos e interesantes, buscar que el turista se quede con deseos de saber, conocer más hasta tal punto de crear la necesidad en el visitante y que lo haga volver.

El escritor Diez define a la integración como “el proceso mediante el cual un determinado elemento se incorpora a una unidad mayor”(Diez, 2004).

La integración concebida desde un punto social o económico es lo que permite un avance en las condiciones de vida de la población porque facilita que las fortalezas de una persona o de un grupo determinado cubran las falencias de otras personas o

grupos; es fundamentalmente uno de los principios sobre los que se sustenta el comercio.

Si bien es cierto, hay algo que hace único a este grupo de personas, pero no los hace menos merecedores de los derechos individuales y laborales, que han sido escritos para todos y por igual.

Es por esto, que este análisis y esta adecuación al espacio físico para las personas con movilidad reducida al Malecón Simón Bolívar, tendrá como principio el de incluir a todas las personas, basándose en los principios de las leyes ecuatorianas e internacionales, que todos tienen derechos a viajar, pasear y disfrutar de las oportunidades que da la vida, para hacer turismo y conocer de manera autónoma y segura sin discriminación alguna.

Metodología

Para este trabajo se utilizará una metodología de investigación mixta exploratoria-descriptiva.

La investigación exploratoria se efectúa normalmente cuando el objetivo a examinar es un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tiene muchas dudas o no se ha abordado antes.” (Hernández, et al (2003) p. 115).

Para el desarrollo de la investigación se establecieron varios aspectos con el objetivo de tomarlos en consideración durante el análisis, entre ellas se puede decir que el Malecón Simón Bolívar se encuentra ubicado en la ciudad de Guayaquil, siendo este un espacio público, el cual tiene gran afluencia de turistas, alrededor de 1,6 millones de visitas al mes, siendo uno de los lugares más visitados por los personas que hacen turismo por Guayaquil.

El Malecón Simón Bolívar se encuentra ubicado al frente del río Guayas con una extensión de 2 km que comprende desde la calle Cuenca hasta el barrio de las Peñas, con la reconstrucción y remodelación que se realizó se lo conoce en la actualidad como Malecón 2000.

Sin embargo, el estudio lo que busca es que las personas con movilidad reducida tengan el acceso al espacio físico del Malecón Simón Bolívar con la mayor autonomía y seguridad que estos requieren.

En el presente trabajo de investigación se emplearon los siguientes métodos:

✓ **Método analítico:** este método se lo aplicó en la investigación ya que se analizó cuantitativamente los resultados de la investigación, para después emitir juicios de valor de manera analítica e interpretativa, lo que permitió recabar la información de fuentes primarias y secundarias para sostener el análisis. (FALCONEZ, 2002)

✓ **Método sintético:** en este método se evalúa la síntesis del problema, es decir, el contexto del problema, la causa y el efecto del mismo.

✓ **Método histórico:** la historia ayuda a tener exactitud de los aspectos intrínsecos en el estudio del caso, cronológicamente se puede analizar el enfoque inicial con el que comenzó el Malecón Simón Bolívar y como se ha ido desarrollando y desarrollando con el pasar de los años.

✓ **Método bibliográfico:** el método bibliográfico se pone en evidencia porque se recaba información de fuentes como libros, revistas, documentos escritos o periódicos que ayudan a evaluar lo escrito en la investigación, se formulan teorías partiendo de una general para luego, llegar a la aplicación de dichas teorías en el trabajo de estudio de caso. (RICAUTE, 2005)

La información se obtuvo a través de preguntas dirigidas a una muestra de la población en estudio, con el fin de conocer la accesibilidad que tienen las personas con movilidad reducida en el espacio físico del Malecón Simón Bolívar de la ciudad de Guayaquil.

Encuesta.

Las encuestas fueron realizadas en el Malecón Simón Bolívar a personas con movilidad reducida, que cumplan con las características para poder recibir una respuesta real mediante preguntas objetivas, de lo que se desea analizar.

Visitas de campo.

La técnica de visita de campo se realiza porque se necesita obtener información veraz, donde el investigador directamente palpa el problema y lo evalúa, es decir, se va al lugar de la investigación y se obtiene toda la información, se analizan los resultados y se los interpreta conforme el tema abordado.

POBLACIÓN Y MUESTRA

De acuerdo a la siguiente información se procede a calcular el tamaño de la muestra mediante el estudio aleatorio simple, y se procede a realizar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

n= Tamaño de la muestra

P= Probabilidad de éxito (0,5).

Q= Probabilidad de fracaso (0,5).

e= Error máximo admisible al 5%= 0,05.

Z= Área bajo la curva de mi distribución normal. 95%: 1,96 (valor de la tabla de distribución de frecuencia)

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2}$$
$$n = \frac{0,96}{0,0025}$$
$$n = 384$$

El tamaño de la muestra calculada es 384, es decir, se encuestarán a 384 turistas que visitan al Malecón Simón Bolívar de Guayaquil, luego de encuestar a los turistas se recabará toda la información, para proceder a tabular los resultados de cada pregunta.

ENCUESTA Y RESULTADOS

1.- ¿Usted como turista cuantas veces al año visita el Malecón Simón Bolívar de Guayaquil?

Tabla1

Visita al Malecón

RUBROS	ABSOLUTO	RELATIVO
Frecuentemente	305	79,43%
Ocasionalmente	63	16,41%
Poco	16	4,17%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Autora.

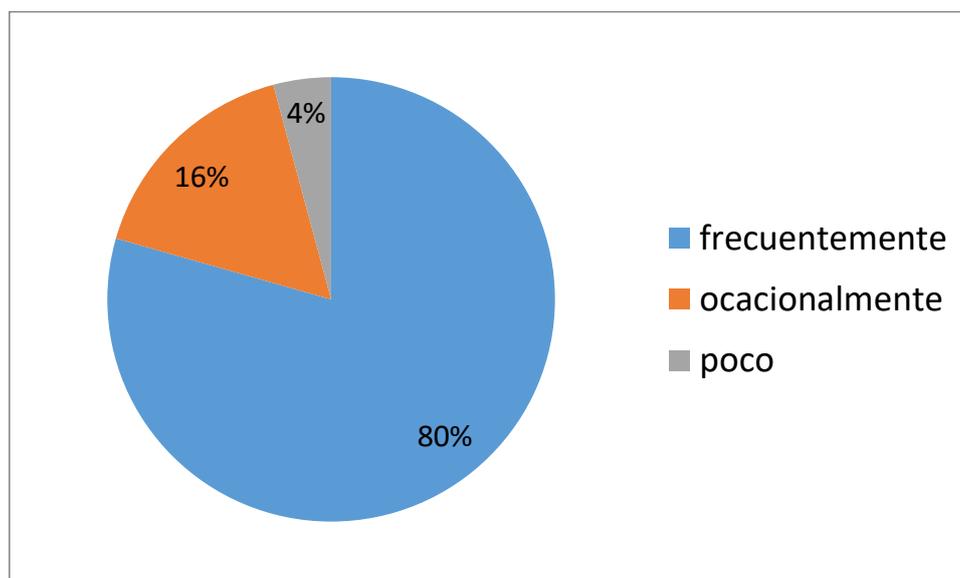


Figura 1.

Visitas al Malecón.

Elaborado por: Autora.

Delos 384 turistas encuestados, el 80% visitan al Malecón frecuentemente, mientras que el 16% lo visita ocasionalmente y apenas un 4% visita poco al Malecón Simón Bolívar, cabe mencionar que los turistas son de distintas nacionalidades.

2.- ¿Cree usted que la accesibilidad del Malecón Simón Bolívar es la adecuada, para que puedan ingresar los turistas con movilidad reducida?

Tabla 2

Adecuado Espacio Físico al Malecón

RUBROS	ABSOLUTO	RELATIVO
No	260	67,71%
Si	120	31,25%
Desconoce	4	1,04%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Autora.

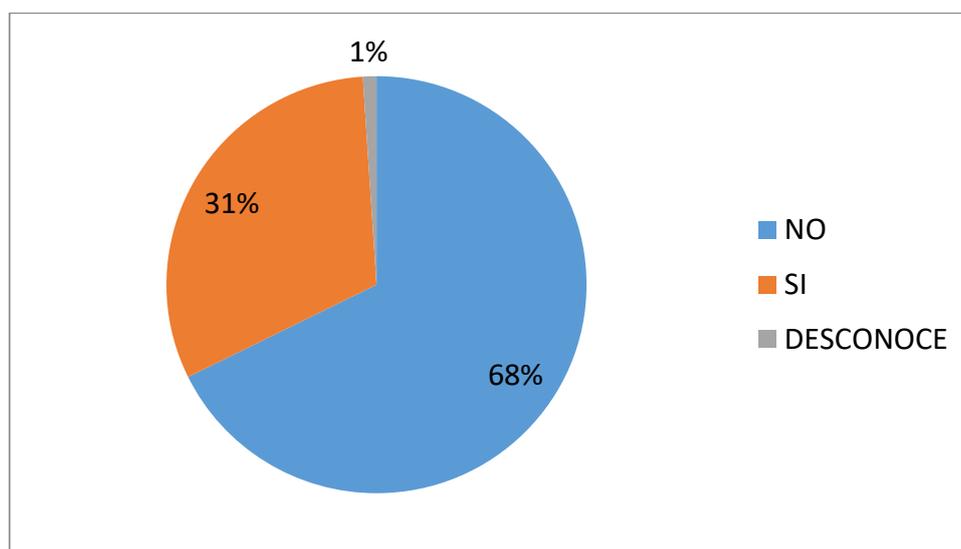


Figura 2.

Adecuado Espacio Físico al Malecón

Elaborado por: Autora.

Uno de los problemas que se puede observar a simple vista, al momento de ingresar al Malecón, es la accesibilidad para hacerlo, es por esto que el 68% de encuestado manifestó que no es la adecuada, mientras que el 31% menciono que si es la adecuada, quedando solo un 1% del total que desconoce.

3.- Como calificaría el ingreso al Malecón Simón Bolívar para los turistas con movilidad reducida o con capacidades especiales.

Tabla 3

Ingreso al Malecón

RUBROS	ABSOLUTO	RELATIVO
Bueno	59	15,36%
Malo	183	47,66%
Regular	116	30,21%
Pésimo	26	6,77%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Autora.

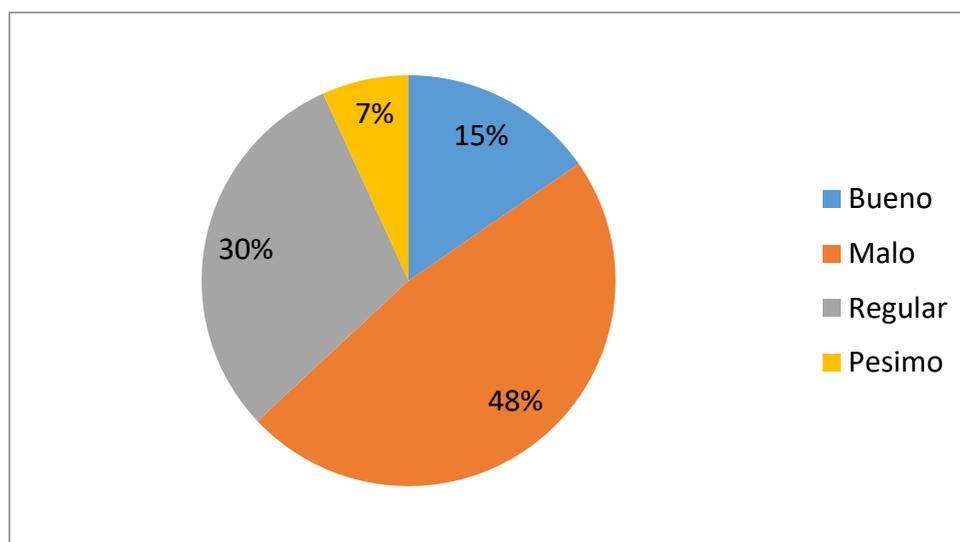


Figura 3.

Ingresos al Malecón.

Elaborado por: Autora.

En cuanto al ingreso del Malecón Simón Bolívar de Guayaquil, para las personas con movilidad reducida un 48% manifestó que es malo, puesto que un 30 % expreso que es regular, un 15% menciono que es bueno, y un 7% aseguro que el ingreso es pésimo.

4.- ¿Cree usted que el Malecón Simón Bolívar cuenta con la seguridad necesaria para poder recibir a turistas con movilidad reducida?

Tabla 4

Seguridad en el Ingreso al Malecón

RUBROS	ABSOLUTO	RELATIVO
No	240	62,50%
Si	86	22,40%
Desconoce	58	15,10%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Autora.

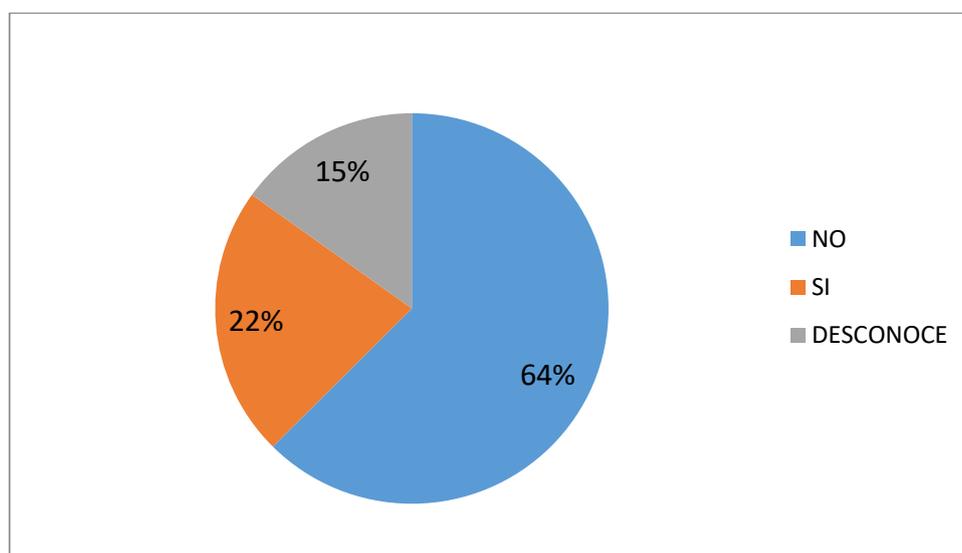


Figura 4

Seguridad en el Ingreso al Malecón

Elaborado por: Autora.

Otro de los problemas que se puede observar al momento de ingresar al Malecón es la seguridad, para recibir a los turistas con discapacidad, es por esto que el 63% de encuestado manifestó que no existe la seguridad necesaria, mientras que el 22% menciona que si existe la seguridad, mientras que solo un 15% del total desconoce.

5.- ¿Cómo calificaría la gestión de realizar un plan para adecuar el espacio físico del Malecón Simón Bolívar para que puedan ingresar de manera más autónoma a las personas con movilidad reducida?

Tabla 5

Plan para Adecuar el Ingreso al Malecón

RUBROS	ABSOLUTO	RELATIVO
Excelente	344	89,58%
Buena	28	7,29%
Mala	12	3,13%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Autora.

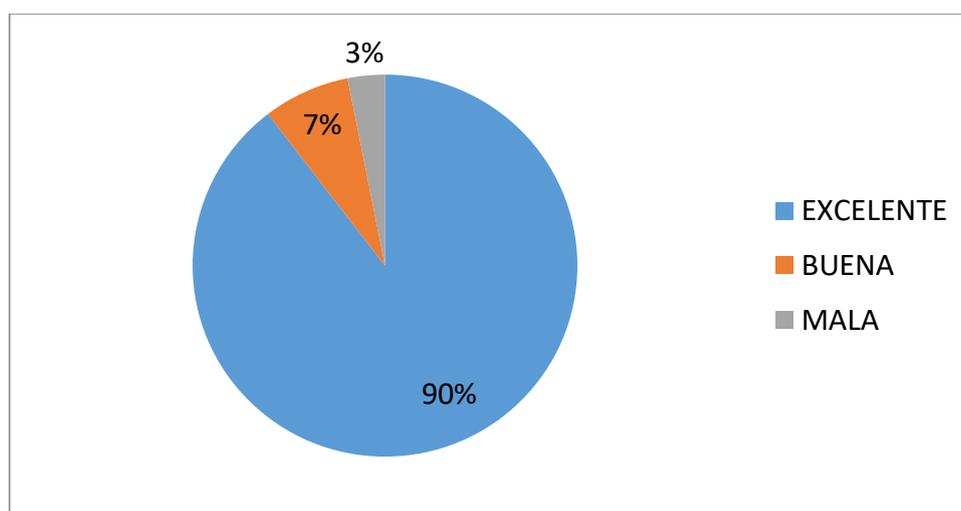


Figura 5

Plan para adecuar el ingreso al Malecón

Elaborado por: Autora.

Frente a todos los problemas mencionados, al crear un plan para adecuar el espacio físico, para que las personas con discapacidad puedan ingresar de manera autónoma al Malecón, el 90% califico de excelente la gestión, el 7% menciona de buena la gestión, y solo un 3% manifestó que es mala la gestión.

6.- ¿Señale con una x la opción que usted crea conveniente implementar en el Malecón Simón Bolívar para las personas con movilidad reducida?

Tabla 8

Implementación en el Malecón

RUBROS	ABSOLUTO	RELATIVO
Zona de esparcimiento	133	34,64%
Zona de enfermería	136	35,42%
Salida de emergencias	115	29,95%
Total	384	100,00%

Elaborado por: Autora.

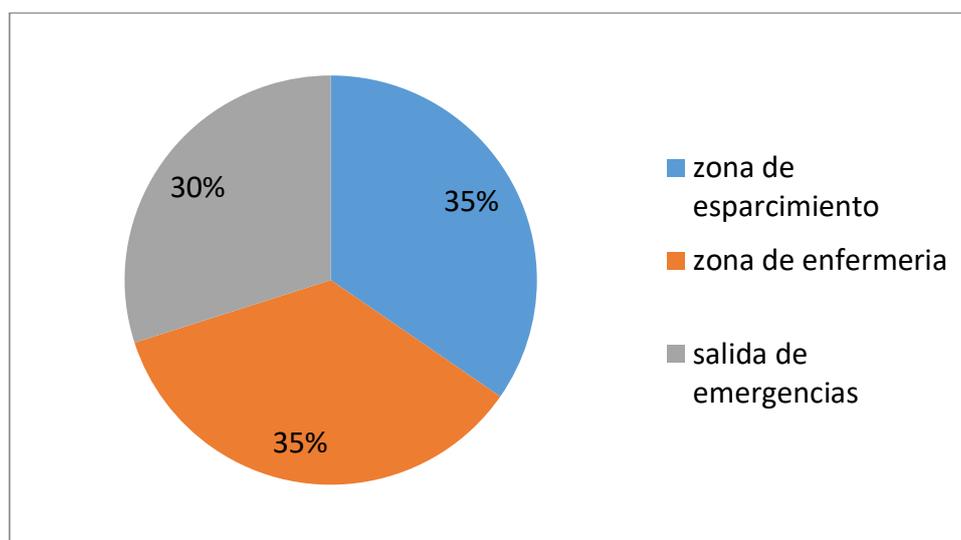


Figura 8

Implementación en el Malecón

Elaborado por: Autora.

Se preguntó, además, que sería lo más adecuado implementar en el Malecón Simón Bolívar, para las personas con movilidad reducida, a lo que, las personas respondieron, que una zona de enfermería sería la más adecuada ya que el 35% optó por esta opción, sin embargo, la segunda opción tuvo la misma respuesta ya que manifestó que una zona de esparcimiento es la más adecuada con 35%, mientras que el 30% aseguró que una zona de salida sería la más adecuada.

Se detectaron una serie de problema que afecta al Malecón y al usuario con discapacidades especiales, por lo cual se estableció los siguientes criterios de propuesta:

1. Señalamiento en vías de acceso que cumple la función de informar, prevenir y orientar.

Estos deben estar visibles e iluminados de tal manera que puedan ser plenamente identificados.

2. Que el Malecón tenga las rampas de acceso y que estén distribuidas en toda su extensión, con el propósito de generar un equilibrio al entrar y salir del Malecón.

Así también en los demás lugares antes mencionados como son restaurantes, zonas de juegos, baños entre otros.

3. Otro espacio que se pretende proyectar la ubicación de kioscos para información de las personas con movilidad reducida.

Existen personas que no podrán leer las indicaciones por eso se crea estos kioscos que serán de gran apoyo.

4. La falta de baterías sanitarias para personas con discapacidades por lo cual este es un espacio que debe ser diseñado.

Muchos entran a los baños con sillas de ruedas y no pueden ingresar de manera autónoma ni segura.

5. Los pisos serán con pavimentos texturizados, esto quiere decir que tendrán la seguridad ya que se encontraran señalados y se podrán guiar. Además no podrán resbalar.
6. Debe de existir una zona de enfermería, que pueda dar primeros auxilios específicamente a las personas con movilidad reducida.

Existen varias personas con movilidad reducida que requieren una atención especializada en caso de emergencia, por lo tanto es importante que los enfermeros estén plenamente capacitados.

7. En los restaurantes debe existir un mesero que tome el pedido de las personas que no se puedan acercar al mostrador hacer su pedido. De esta manera se les facilita en gran medida el acceso al poder servirse alimento, evitando las filas y la espera ya que muchos deben ingerir alimentos y bebidas en determinados tiempos, dados por prescripción médica.

Con todas estas propuestas se busca que todos los turistas, en especial las personas con movilidad reducida, puedan ingresar al Malecón Simón Bolívar de la ciudad de Guayaquil, de manera autónoma y segura, y así puedan disfrutar de uno de los sitios más visitados y concurridos por turistas de todo el mundo, y no perderse de las maravillas de la naturaleza, con el hermoso paisaje frente al río Guayas, y los momentos familiares que son los recuerdos eternos e inolvidables para las familias.

Conclusiones

- ✓ Se analizó la situación actual en la accesibilidad de las personas con movilidad reducida, al Malecón Simón Bolívar y se concluye que, existe un déficit al momento de ingresar o salir, porque no existe la cantidad suficiente de rampas, además no están bien definidos otros tipos de señalización, limitando así el ingreso a los turistas con algún tipo de capacidad especial.
- ✓ Se concluye además que los turistas con movilidad reducida, no pueden ingresar al Malecón además por la seguridad que no brinda este lugar siendo

peligroso al momento del ingreso o salida ya que no lo pueden hacer de manera autónoma.

- ✓ Mediante la encuesta realizada a los turistas, que ingresan al Malecón Simón Bolívar se pudo determinar que, hay que habilitar el acceso para las personas con movilidad reducida, en todos los sitios del Malecón tales como baños, restaurantes, zonas de juego, entre otros.
- ✓ Se puede concluir además por medio de la encuesta realizada que más del 50% de los turistas, están de acuerdo que exista una reestructura en el ingreso y salida del Malecón, es decir en rampas y señalización, concluyendo que aprueban la idea del proyecto, para así no excluir a ningún turista, y que todos puedan gozar de la oportunidades de viajar.
- ✓ Sobre todo se pudo determinar que existe la necesidad de manera urgente, de tener un plan de modificación en las rampas y señalización, el cual permita arreglar el acceso al Malecón para personas con movilidad reducida, de manera segura y autónoma.

Referencias bibliográficas

Diez. (2004). *Integracion en los Procesos* . España: Santillana.

DMQ, N. D. (2001). *NORMAS DMQ*. QUITO.

ECUATORIANA, N. T. (1999). NORMA TECNICA ECUATORIANA. *NORMAS DE CONSTRUCCION*, (pág. 2). QUITO.

FALCONEZ. (2002). *METODO ANALITICO*. CHILE: UNIVERSIDAD.

FRANCISCO. (2012). *LIDERS GUAYAQUILEÑOS*. COSMO, 16-17.

GARCIA, S. M. (1997). *TURISMO, INGRESO ECONOMICO*. VALENCIA.

GENERAL, S. (1999). COMITE DE APROBACCION DE PROYECTO. *NORMAS*, (págs. 17-19). QUITO.

INEN. (1999). *NTE INEN*. QUITO, eCUADOR.

JAFARI. (1997). *LAS NECESIDADES DEL TURISMO* . CALI.

OMT. (2012). *ORGANIZACION MUNDIAL DE TURISMO*. ESTADOS UNIDOS.

POZO, D. (08 de 04 de 2004). DIARIO EL UNIVERSO. *EL TURISMO EN GUAYAQUIL*, pág. 11.

RICAUTE. (2005). *METODOS*. COLONMBIA: NORMA.

RODRIGUEZ. (2008). *HISTORIA DEL ECUADOR*. GUAYAQUIL: UNIVERSIDAD.

RYAN. (1991). *RECURSOS NATURALES*. ESPAÑA.

VIVIR, B. (2009). *OBJETIVO 3*. QUITO: ASAMBLEA NACIONAL.

BULLÓN, ROBERTO. 1985. PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO.

018. “ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LOS SERVICIOS QUE PRESTA DIAMOND CLUB S.A. EN LAS SALAS VIP DEL AEROPUERTO DE GUAYAQUIL”.

Autores:

Ing. Paola Pozo Villavicencio

Ingeniera en Administración Hotelera Universidad Ecotec.

papozo@est.ecotec.edu.ec

MSc. Fernando Cevallos Ruales

Universidad Ecotec

fcevallos@ecotec.edu.ec

RESUMEN

La finalidad de esta presente investigación es realizar un análisis de la situación actual de la empresa DIAMOND CLUB respecto a la satisfacción de los clientes sobre la calidad de servicio en las Salas VIP del aeropuerto de la ciudad de Guayaquil.

Las Salas VIP de DIAMOND CLUB nacieron en el año 2006 como una necesidad de proveer a los clientes del aeropuerto de Guayaquil, un servicio que proporcione confort, seguridad, tranquilidad y cierto nivel de status; durante los diez años de operaciones se han presentado falencias en la calidad de servicio que ofrecen, siendo este un aliciente para la pérdida de clientes como empresas y aerolíneas socias.

Con el universo de clientes de 22455 pasajeros durante seis meses, del cual se obtuvo una muestra de 377 encuestados, se aplicó el modelo SERVQUAL a base de cuestionarios sobre expectativas y percepciones del servicio para saber la calidad que reciben los pasajeros cada vez que ingresan a las diferentes Salas VIP pertenecientes a la empresa DIAMOND CLUB; mediante un diseño no experimental se evaluaron las dimensiones de calidad, que son: credibilidad, capacidad de respuesta, seguridad, tangibilidad y empatía. Con este análisis se conocerán los puntos fuertes y débiles de cada dimensión de calidad, y reconocer en cuáles se debe trabajar más para disminuir las deficiencias (brechas entre expectativa versus realidad).

Se pudo identificar las dimensiones de mayor falencia en DIAMOND CLUB, la tangibilidad y empatía teniendo brechas desde -1,36 hasta -2,42 entre lo esperado y percibido; en las cuales se debe trabajar implementando tecnología de punta adecuada para el manejo sistemático de las salas y capacitaciones de calidad en servicio para el cliente interno.

PALABRAS CLAVE

Satisfacción, Calidad, Confort, Status, Dimensiones de Calidad, Capacidad de respuesta

ABSTRACT

The purpose of this investigation is to portray an analysis based on the present situation of the company DIAMOND CLUB focused on customer satisfaction in the VIP areas located on the Guayaquil City Airport.

These DIAMOND CLUB VIP areas began to work on 2006 as a necessity that the company had to accomplish in order to provide to customers a service that will fulfill expectations of comfort, security, tranquility and status. During the last ten years of services, the company has experienced difficulties in the quality of the service that is expected to provide, meaning that the company will face customer attrition and reliability problems.

The company counts with around 22450 clients in the last six months. DIAMOND CLUB performed a SERVQUAL survey to 377 passengers which inquired about the expectations and perception of the service. The purpose of the survey was to collect information about the service that the passengers received in the VIP areas implemented by DIAMOND CLUB. Based on a non-experimental design, the evaluation of this survey would show all the dimensions of quality, as: credibility, aesthetics, security, tangibility and empathy. The analysis will point out the strong and weak parts of each of the dimensions of quality, and this will also affect the areas where the company has to work to prevent future problems. [Gaps between expectations vs. reality]

The survey demonstrated that the dimensions with more issues in DIAMOND CLUB were tangibility and empathy, showing gaps between -1.3 up to -2.42 in the expectation vs. reality analysis. These type of inconsistencies will be prevented with the implementations of new technology for the systematic control of these areas and the appropriate training directed to the staff.

KEYWORDS

Satisfaction, Quality, Comfort, Status, Dimensions of Quality, Responsiveness

INTRODUCCIÓN

DIAMOND Club S.A. es una empresa de carácter privado con aproximadamente 60 empleados que tiene a su cargo la explotación comercial de las salas de espera VIP del Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo de la ciudad de Guayaquil, de conformidad con el contrato de concesión mercantil suscritas con Terminal Aeroportuaria De Guayaquil S.A. TAGSA, empresa a cargo de la operación y administración de dicho Aeropuerto; con un tráfico anual de pasajeros de 4,9 millones, datos proporcionados por la misma empresa, tanto en tránsito como en embarque en sala nacional e internacional. DIAMOND Club presta un servicio de 24 horas los 7 días de la semana en sus tres salas (sala de espera embarque nacional, sala de espera embarque internacional y sala de espera arribo internacional); para los socios de título personal, las empresas socias, las aerolíneas asociadas, los tarjetahabientes de bancos socios y clientes ocasionales como artistas y políticos.

Durante un periodo se pudo evidenciar y palpar la satisfacción del servicio que brinda DIAMOND Club S.A. hacia sus clientes; la calidad de servicio de las salas debe verse reflejada en el flujo de pasajeros que estas tienen cada semestre y así poder observar el comportamiento de este tipo de clientes hacia las mismas.

REVISIÓN TEÓRICA

La calidad de servicio al cliente se puede interpretar como la acción de cumplir o gestionar una serie de requisitos que tiene el consumidor o cliente, y llegar a satisfacer dichos requisitos con eficacia y eficiencia debe ser la principal filosofía de todas las empresas independientes de su actividad económica; por tal motivo inicialmente en este apartado se abordará la sistematización de la teoría relacionada con la calidad del servicio al cliente, la clasificación y tipos de clientes que existe y como brindar calidad de servicio de acuerdo al cliente.

Gráfico 1 Proceso de Calidad



Fuente: elaboración propia, 2016.

Que es calidad

La sociedad utiliza la palabra “calidad” con gran frecuencia en diferentes aspectos de su cotidianidad; las personas son cada vez más conscientes de cuáles son sus necesidades, y a su vez son más exigentes con las organizaciones que prestan los productos o servicios que vayan a cubrir sus necesidades.

Por otro lado las deficiencias dan como resultado un producto de mala calidad y el cliente va presentar quejas, desagrado y poco interés, por eso calidad es la ausencia de las deficiencias del producto o servicio. (Juran, Juran y la planificación para la calidad, 1990).

(Alvarez, 2006, pág. 5) “Calidad representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de los productos o en la prestación de servicios.”

Enunciando al (Equipo Vertice, 2008, pág. 1) “Podemos definir a la calidad como el conjunto de aspectos y características de un producto o servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (...) de los clientes.”

El cliente

El mundo se ha vuelto extremadamente diverso y complejo, a tal grado que un solo producto o servicio debe abarcar diferentes percepciones y demandas de calidad; a pesar de las mejoras logradas en calidad de producto y en métodos para lograr dicha calidad ha sido alentador, el crecimiento de las esperanzas, percepciones y necesidades del cliente sobre concepto de calidad y lo que busca en ella va dejando cada día atrás las mejoras obtenidas. Por eso siempre se debe tener en claro quién es el cliente, hacia quien nos dirigimos y que es lo que busca.

Uno de los métodos básicos para identificar los clientes consiste en seguir el producto para ver sobre quien repercute. Cualquier persona sobre la que repercuta es un cliente. (Juran, 1990, pág. 21).

(Varo, 1993, pág. 12) Manifiesta: “El concepto de cliente lleva aparejados el acto de pagar y la capacidad de elección. Un cliente es alguien que elige y compra algo. (...) Cliente es cualquier persona que recibe el producto o que es afectado por el producto (...).”

También se puede apreciar al cliente como la principal pieza de operación de la empresa, siempre enfocada a la satisfacción del mismo, ya que ellos son quienes calificaran la calidad del producto o servicio que adquieren; siempre teniendo en cuenta que la población demandante siempre atravesara un cambio constante en los hábitos de consumo. Por tal motivo la empresa debe caminar de la mano hacia el enfoque orientado al cliente y sus cambios. (Camison, Cruz , & Gonzalez, 2006).

“Las organizaciones dependen de sus clientes y, por lo tanto, deberán comprender las necesidades actuales y futuras de los mismos, satisfacer sus requisitos y esforzarse en exceder sus expectativas.” (Alvarez, 2006, pág. 8).

Calidad de servicio al cliente

El cliente es a quien se debe tener presente antes que nada en todo momento, y solo hay una forma de satisfacerlo, dar más de lo que el cliente espera, sobrepasar sus expectativas; aunque a veces parezca que los clientes desean o solicitan cosas que parecen imposibles; por muy bueno que parezca el servicio se debe plantear la idea de que siempre se puede mejorar, y si, se logra alcanzar lo imposible en el servicio y satisfacer al cliente, en ese momento hay que plantear nuevas metas ya que la competencia no da tregua.

Muchas veces se podrá pensar en ¿Cómo se puede mejorar la calidad en servicio? Y que la calidad solo se puede percibir en los productos manufacturados, pero el servicio necesita mejorar junto con la fabricación. Cualquier persona que haya tomado un avión o que haya visitado al doctor estará de acuerdo. “La ineficiencia en una organización de servicios, como en la fabricación, eleva los precios al consumidor y disminuye su estándar de vida. Los principios y los métodos son los mismos en los servicios que en la fabricación.” (Deming, 1989, pág. 143).

Considerando a (Carrasco, 2013, pág. 6) “La calidad en el servicio consiste en igualar las expectativas de los clientes a sus percepciones cuando reciben el servicio.”

Siempre debemos pensar en cómo lograr mayor calidad por eso para (Equipo Vertice, 2008):

Dimensiones de la calidad de servicio

Se indicó anteriormente que los clientes perciben la calidad midiendo un sinnúmero de factores que se pueden ver mayormente reflejados y analizados en los

servicios que en los productos, cuando se logra cumplir con la percepción de calidad que tiene el cliente se va poder establecer una lealtad, y la lealtad en servicios puede ser mayor que en productos.

De las percepciones de la calidad de servicio se pueden tomar en cuenta cinco dimensiones de mayor relevancia:

Credibilidad: se trata de tener confiabilidad, se trata de tener corazón e interés en el cliente. Aquí entra el nombre de la empresa, su reputación, las características del personal de servicio al cliente y el grado de interacción con el cliente.

Capacidad de respuesta: implica la voluntad o disposición de los empleados para proporcionar un servicio. Se trata de puntualidad de servicio, en pocas palabras dar una respuesta y servicio rápido al cliente (el tiempo es dinero).

Seguridad: se refiere a seguridad física y seguridad financiera, tener los conocimientos técnicos necesarios para asistir al cliente y ganar su confianza al realizar todas las transacciones financieras de manera transparente.

Empatía: participación afectiva de una persona en una realidad ajena a ella, generalmente en los sentimientos de otra persona. La capacidad de la empresa de brindar una atención personalizada, que el cliente siempre sienta acceso a la empresa y a todo su personal.

Elementos Tangibles: incluyen la evidencia física del servicio como facilidades físicas; aparición de personal; herramientas o equipos utilizados para prestar el servicio; representaciones -físicas del servicio, tales como una tarjeta de crédito de plástico o un estado de cuenta bancaria; -los clientes en el centro de servicio.

Gráfico 2 Dimensiones de Calidad



Fuente: elaboración propia, 2016.

Estas dimensiones ayudan a que se entienda como el cliente puede percibir mentalmente el servicio y la calidad de la empresa. En pocas palabras si el empresario logra satisfacer estas cinco dimensiones de manera correcta, podrá tener por seguro que el cliente será fiel al servicio. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985).

Modelos de calidad

A través de los años se han desarrollado varias teorías y modelos sobre lo que debe ser la calidad de servicio, estos modelos han sido utilizados como instrumentos o herramientas para poder medir dicha calidad.

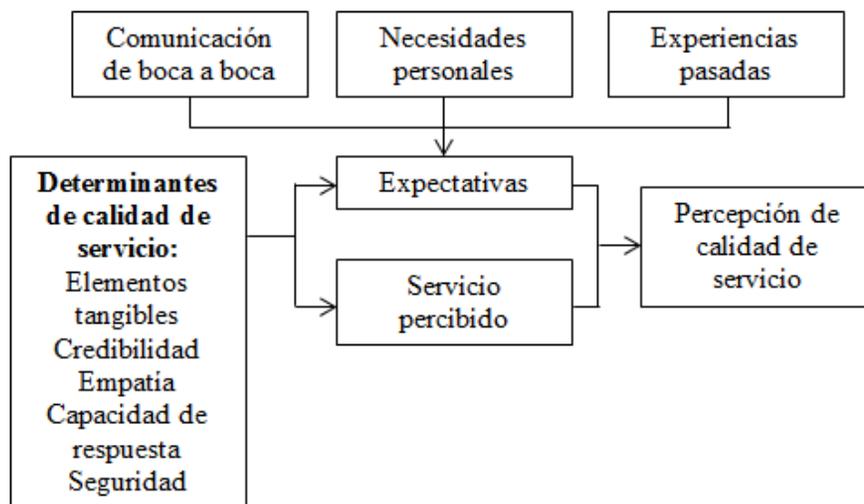
Es imperativo que la empresa entienda lo importante de que en cierto punto puedan coexistir la eficacia y la eficiencia de las acciones en los proveedores de un servicio, la empatía, confiabilidad, seguridad, credibilidad y capacidad de respuesta; poder llegar aceptar nuevos retos y cumplirlos dentro de la búsqueda de calidad en forma constante; más que todo en empresas de servicios turísticos – hoteleros.

Se debe estar consciente de que: “Lo que no se define no se puede medir. Lo que no se mide, no se puede mejorar. Lo que no se mejora, se degrada siempre”. (Herce, 2012)

Modelo SERVQUAL

Este modelo elaborado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) analiza la calidad de servicio basándose en la diferencia de las percepciones reales versus las expectativas que tienen los clientes sobre el servicio que se ofrece (tangibilidad, empatía, seguridad, responsabilidad y confiabilidad); a partir de una tabla diseñada con una serie de preguntas para cada una de las dimensiones de calidad, esta tabla de preguntas se distingue de dos partes: la primera dedicada a las expectativas y la segunda parte dedicada a las percepciones.

Gráfico 3 Determinantes de la percepción de servicio de calidad



Fuente: elaboración propia a partir de (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, pág. 48)

Con estas bases, lo primero que los autores proponen es una evaluación del nivel de calidad al objeto de observar posibles deficiencias y, a continuación, ser capaces de diseñar medidas para mejorarla. Aportan 5 posibles deficiencias que pueden afectar al nivel de calidad que habría que alcanzar:

- Deficiencia 1: diferencia o desajuste que existe entre las expectativas de los clientes y la percepción que de ellas tienen los directivos de la organización que presta el servicio.
- Deficiencia 2: diferencia o desajuste entre las percepciones de los directivos y especificaciones de las normas de calidad.
- Deficiencia 3: diferencia entre las especificaciones o normas de la calidad del servicio (calidad programada) y la prestación del servicio (calidad realizada). Esta situación se da, principalmente, por falta de interés y/o incapacidad del personal para cumplir las normas. En otras palabras es el desajuste entre las normas establecidas sobre la prestación de servicio y la prestación propia del mismo.
- Deficiencia 4: diferencia entre la prestación del servicio y la comunicación externa (publicidad y/o promociones). Esta discrepancia se produce por el incremento experimentado en las expectativas a partir de la publicidad realizada por la empresa que presta el servicio, la comunicación de su red de ventas y otras comunicaciones que puedan desvirtuar o exagerar su realidad.
- Deficiencia 5: diferencia potencial desde el punto de vista de cliente entre el servicio esperado y el recibido (calidad esperada y calidad percibida). Para realizar la medición, los estudiosos propusieron la utilización de un cuestionario estructurado en dos partes: una para la medición de las expectativas de los consumidores y otra para la de sus percepciones. (...)

(Del Pozo, 2012, págs. 37 - 38)

Modelo SERVPERF

Este modelo fue desarrollado por los profesores de marketing Joseph Cronin y Steven Taylor en 1992, por medio de un estudio empírico realizado en ocho empresas de servicios, en este estudio se basan en la calidad de servicio que es lo que percibe el cliente, el nivel de satisfacción que puede recibir y su intención de compra; los profesores en su estudio decidieron crear una alternativa al modelo Servqual ya que a su parecer no es el más adecuado para medir la Calidad del Servicio.

Propone basarse solo en las percepciones a diferencia de Servqual que en teoría es correcto y se basa en las percepciones y expectativas del cliente. El modelo Servperf igual usa los veintidós puntos identificados en el modelo Servqual para la medición de calidad de servicio, pero de una manera más simplificada; se podría sobrentender que este modelo tendría una mayor aceptación ya que refleja con mayor exactitud la realidad del servicio prestado. El modelo Sevperf se enfoca principalmente en la valoración del desempeño del servicio de ahí proviene su nombre Service and Performance.

MARCO METODOLÓGICO

Diagnóstico

Cuando existe un contacto por parte del cliente con los diferentes ambientes y aspectos dentro del servicio que ofrece una empresa, se pueden observar varias situaciones de interacción entre el cliente interno y externo, sobre los cuales el consumidor va formando sus percepciones acerca de la calidad del servicio.

Idea de investigación

La falta de calidad en procesos de servicio no garantiza la satisfacción de los clientes de las VIP del Aeropuerto de Guayaquil.

Variables e indicadores:

- VARIABLE INDEPENDIENTE
Calidad

- VARIABLE DEPENDIENTE

Satisfacción del Cliente.

Población y muestra

Debido a que no existen estudios anteriores relacionados con el tema con respecto a la presente investigación, por tal motivo la población que es objeto de estudio está conformada por los datos estadísticos brindados por la compañía DIAMOND CLUB S.A. que opera las Salas VIP en el aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la ciudad de Guayaquil.

Se utiliza un tipo de muestreo aleatorio ya que la población descrita que son clientes de las Salas VIP, los cuales cuentan con las mismas características y especificaciones de la población; por ende para el tamaño de la muestra toma en cuenta el género y la edad de los pasajeros ya que se considera relevante para el estudio de caso.

Diamond Club presta el servicio con una atención personalizada y diferenciada a distintos tipos de pasajeros tanto locales como extranjeros pudiendo ingresar a las Salas Vip de distintas formas que son:

- Pasajeros que realizan el pago correspondiente para ingresar a la sala.
- Pasajeros que cuentan con una invitación de una aerolínea,
- Pasajeros con cupos de membresías:
 - **SOCIOS TITULARES** (Membresía Ilimitada salidas y arribos)
 - **SOCIOS EMPRESARIALES** (Membresías por Cupos - arribos)
- Pasajeros con tarjetas de crédito en convenio con Diamond Club.

Con la información brindada del tipo de personas que pueden ingresar a las Salas VIP, se elabora la determinación del tamaño de la muestra; para la se utiliza la fórmula para poblaciones finitas (cuando la población es mayor a 100 personas) es la siguiente:

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{1 + e^2 \sigma^2 Z^2}$$

n = Tamaño de la muestra N =

Tamaño de la población σ =
Desviación estándar

Z = Confianza

e = Nivel de error

Para poder conocer el tamaño de la población se consideró el número de ingresos de pasajeros en el rango de tiempo ya mencionado, considerando las tres salas VIP que tiene la empresa DIAMOND CLUB S.A.:

Tabla 1 Población de Pasajeros Salas VIP entre 2015 y 2016

CICLO	POBLACIONN POR CICLO	PROMEDIO DIARIO
OCTUBRE 2015	2093	67
NOVIEMBRE 2015	2746	91
DICIEMBRE 2015	3752	121
ENERO 2016	3886	125
FEBRERO 2016	4012	138
MARZO 2016	4060	130
TOTALES	22455	672

Fuente: salas VIP, empresa DIAMOND CLUB S.A.

En base a los datos indicados anteriormente se realizó el cálculo de la muestra que se presenta a continuación:

DATOS:

$$n = ?$$

$$N = 22455 \quad \sigma = 0,5$$

$$Z = 1,96 \quad e = 0,05$$

Resolución de la muestra: $n = 377$ encuestas

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Tal como lo indica el modelo SERVQUAL el análisis se va centrar en la deficiencia 5 de este modelo que indica:

Deficiencia 5: diferencia potencial desde el punto de vista de cliente entre el servicio esperado y el recibido (calidad esperada y calidad percibida). Para realizar la medición, los estudiosos propusieron la utilización de un cuestionario estructurado en dos partes: una para la medición de las expectativas de los consumidores y otra para la de sus percepciones.(...) (Del Pozo, 2012, pág. 38)

Este análisis permitirá conocer la diferencia entre la calidad esperada y la calidad percibida por los clientes de las Salas VIP, con lo que se podrá establecer la

calidad de servicio que ofrece DIAMOND CLUB a los pasajeros del Aeropuerto de Guayaquil. Si el valor de la deficiencia es positivo, se entiende que lo percibido supera a las expectativas del cliente, caso contrario si la deficiencia es negativa se entiende que la calidad de servicio es mucho menor a lo que esperaba.

CONCLUSIONES

El modelo SERVQUAL en este estudio de caso permitió identificar las fortalezas y debilidades de la empresa DIAMOND CLUB y sus Salas VIP; así como las ventajas y desventajas de haber usado este modelo y la obtención de datos más representativos.

- Cuando las empresas se preocupan y trabajan por lograr la calidad de sus servicios, los mismos clientes lo pueden notar y sus expectativas siempre son alcanzadas; cuando la empresa se interesa por el cliente y considera sus expectativas, le es posible adaptarse más fácilmente a los cambios que se dan en la sociedad.
- Con respecto a este estudio en específico, se entrevistaron a 377 personas de las cuales en su mayoría el 66% son hombres y oscilan en edades de 31 a 40 años el 29% de ellos; el mayor porcentaje en forma de ingreso a las salas es de 46% con invitación de aerolíneas y 40% con tarjetas de crédito
- En cuanto a las dimensiones planteadas por el modelo de calidad SERVQUAL; se concluye que la empresa DIAMOND CLUB no cumple con las expectativas de sus clientes, mostrándose en la expectativa de credibilidad deficiencias (brechas) altas entre lo esperado y lo recibido; la actitud atenta y personalizada de los empleados y de la empresa en si con los clientes les da a ellos un sentimiento de confort y les da seguridad para poder creer en DIAMOND CLUB.
- Con respecto a la seguridad que sienten los clientes sobre el servicio que brinda la empresa las deficiencias (brechas) fueron las más cortas y es donde mejor califican las salas VIP; aunque nos indica una vez más que hay que trabajar con los empleados para que demuestren seguridad sobre su trabajo y así poder ser amables con los clientes.
- En las dimensiones de tangibilidad y empatía queda demostrado que la empresa no tiene la tecnología suficiente para poder brindar un servicio VIP, siendo una empresa que se encuentra dentro de instalaciones modernas como es el aeropuerto ya que tiene deficiencias (brechas) altas que van de -1,36 hasta -2,42.

PROPUESTA DE PLAN DE CALIDAD PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE

Para DIAMOND CLUB y sus Salas VIP se propone un programa de Gestión de calidad, basado en varias estrategias.

La estrategia número uno es realizar un análisis profundo de la situación actual de la empresa auditando su calidad de servicio al cliente, ya que es necesario que DIAMOND CLUB conozca lo que opinan sus clientes externos e internos sobre la calidad de la misma.

Del modelo SERVQUAL se pueden determinar los problemas más importantes de cada una de sus dimensiones y así plantear los problemas y causas a fin de plantear soluciones definitivas a cada una de las deficiencias (brechas) encontradas; se determinaran cuatro causas fundamentales a los problemas identificados en cada dimensión de calidad, y sobre estas causas la gerencia operativa y directiva de la empresa determinará una propuesta de mejoramiento viable.

Se debe establecer indicadores de medición de calidad desde la duración y tiempos del servicio, flexibilidad ante situaciones inusuales, actuación sin errores, manipulación de alimentos y trato con el cliente.

La estrategia número dos, luego de haber identificado los problemas principales de la empresa, es crear un modelo de servicio al cliente para DIAMOND CLUB, estableciendo niveles de medición de calidad y centrándose en primera instancia en el cliente interno su grado de capacitación y actitud para poder brindar un servicio de calidad VIP.

Se capacitará al personal de DIAMOND CLUB mediante el programa de 5 estrellas de servicio al cliente de IDEPRO: Excelencia en el servicio, comunicación efectiva, agilidad en los procesos, innovación empresarial y mejoramiento continuo; estos son los cinco puntos esenciales para asegurar que la empresa se ubique en una posición muy por encima de las demás en cuanto al Servicio al Cliente, capacitando al personal desde el concepto de excelencia y sus implicaciones en los hábitos y costumbres de los cada uno de ellos hasta la conformación de equipos que desarrollaran sus capacidades para ofrecer un servicio que sorprenda a los clientes y con equipos que mejoren continuamente dentro del mundo globalizado en el cual vivimos.

Es una metodología que produce un impacto muy positivo en cada persona, en el desarrollo de su trabajo, con un sentido de verdadero interés de que el cliente este verdaderamente contento. (lacamara.org, 2012)

BIBLIOGRAFÍA

- La Calidad en el Servicio al Cliente.* (2008). Malaga: Publicaciones Vertice S. L.
- Alvarez, I. (2006). *Introducción a la calidad.* Ideas Propias.
- Camison, C., Cruz, S., & Gonzalez, T. (2006). *Gestión de la calidad: Concepto, enfoques, modelos y sistemas.* Madrid: Pearson Educacion, S. A.
- Carrasco, S. (2013). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo.* Ediciones Paraninfo, S. A.
- Censos, I. N. (2014). *Ecuador en Cifras.* Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2014/Presentacion_Principales_Resultados_Transporte2014.pdf
- Del Pozo, J. (2012). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo.* HOTG0208. Malaga: IC Editorial.
- Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis.* Ediciones Díaz de Santos.
- Equipo Vertice. (2008). *La Calidad en el Servicio al Cliente.* Malaga: Vertice. Herce, D. (23 de diciembre de 2012). *David Herce Miscelánea personal.* Obtenido de <https://dherce.es>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2008). *Metodología de la Investigación, cuarta edición.* México D.F.: Compañía Editorial Ultra.
- Juran, J. (1990). *Juran y el liderazgo para la calidad: manual para ejecutivos.* Ediciones Díaz de Santos.
- Juran, J. (1990). *Juran y la planificación para la calidad.* Ediciones Díaz de Santos.
- lacamara.org. (2012). *Cámara de Comercio de Guayaquil.* Obtenido de <http://www.lacamara.org/website/images/Capacitaciones/Programas/programa%20-%205%20estrellas%20en%20servicio%20al%20cliente.pdf>

Muñoz Machado, A. (2005). *Logística y Turismo*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (Otoño de 1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, págs. 41-50.

Tagsa. (s.f.). *Terminal Aeroportuaria de Guayaquil*. Obtenido de <http://www.tagsa.aero/>

Trespalacios, J., Vázquez, R., & Acebrón, L. (2005). *Investigación de Mercados: Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing*. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.

Varo, J. (1993). *Gestión estratégica de la calidad en los servicios sanitarios: un modelo de gestión hospitalaria*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Wigodski, J. (3 de Noviembre de 2003). *Medwave*. Obtenido de <http://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Enfermeria/Nov2003/2763>

019. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL AGROTURÍSTICO DE LA HACIENDA LA RUTA EN LA PARROQUIA CHONGÓN DEL CANTÓN GUAYAQUIL.

Autores:

Ing. Estefanía Durán O¹

estefiduor89@gmail.com @hotmail.com

Blga. Gisella Párraga M²

gparraga@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica ECOTEC

Guayaquil – Ecuador

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo Evaluar el potencial agroturístico de la hacienda La Ruta, ubicada en la parroquia Chongón del cantón Guayaquil. Siendo esta una de las modalidades del turismo que aún no está bien desarrollada ni descifrada en nuestro medio, podría ser una alternativa viable y fuente de ingresos para desarrollar turísticamente esta zona cercana a la ciudad. Entre los motivos de los propietarios en implementar actividades turísticas en la hacienda está: fomentar las cabalgatas, brindar una excelente experiencia para los turistas nacionales e internacionales, disfrutar de actividades al aire libre, degustar de tradicionales asados y parrilladas, poder socializar con la comunidad cercana, aprender rutinas de trabajo con los animales de granja y realizar avistamientos de especies silvestres en el entorno natural. De acuerdo a la metodología implementada que consistió en realizar entrevistas, visitas de campo, encuestas a más de 200 personas, grupos focales y finalmente aplicación de criterios de evaluación para calificar y evaluar la potencialidad de la hacienda, se pudo establecer resultados numéricos y comprobables, que sirvieron para el análisis minucioso y comprobar la posibilidad de convertir a la hacienda en un producto agroturístico que diversifique la oferta existente en la ciudad de Guayaquil, también se logró mediante este análisis proponer recomendaciones necesarias e importantes para mejorar los aspectos más débiles de la evaluación.

Palabras Claves: agroturismo, cabalgatas, producto agroturístico.

¹ Ingeniera en Planificación Turística de la Universidad Tecnológica ECOTEC. Guayaquil. Ecuador. Especialista en planificación turística.

² Bióloga, Master en Gerencia y Docencia en Educación Superior. Docente a tiempo completo en la Universidad Tecnológica ECOTEC. Guayaquil. Ecuador. Especialista en Proyectos de Ecología y Turismo.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se enfoca en la evaluación del potencial agroturístico que presenta la hacienda “La Ruta”, en la parroquia Chongón cerca de la ciudad de Guayaquil.

El agroturismo, siendo una modalidad relativamente nueva, es una actividad muy importante que puede aplicarse en zonas rurales aumentando los ingresos de los propietarios de haciendas, fincas o parcelas y generando fuentes de trabajo a los pobladores de esta zona, tanto hombres como mujeres. El agroturismo como actividad turística tiene un aporte mayormente para las mujeres, lo cual es una ayuda; ya que en otras áreas o trabajos están presididas por los hombres y se les impide un poco a ellas integrarse a la actividad productiva, sin embargo son grandes conocedoras de cómo sembrar, cómo cosechar y de la crianza de algunos animales de granja; puesto que crecen alrededor de ellos y es lo que se les enseña desde temprana edad.

La hacienda “La Ruta”, es una propiedad privada donde se crían y cuidan animales de granja como caballos, vacas y borregos, el proyecto turístico se inició en el año 2014, con la intención de generar ingresos económicos adicionales; esto debido a los escasos ingresos que generaba la hacienda por sí sola. Los principales ingresos que obtienen son gracias a la poca venta de borregos o directamente por la comercialización de su carne, leche fresca de vaca y elaboración de quesos.

Debido a la situación que atravesaba la hacienda, el propietario decidió aprovechar de su actividad de ocio (cabalgar), e implementar un negocio agroturístico que genere ingresos para que sea autosustentable y se puedan cubrir los gastos de la hacienda, y a la vez generar puestos de trabajo para los habitantes cercanos de la zona.

“La Ruta” cuenta con animales de granja, algunos introducidos a este ecosistema como llamas y ponys, está ubicada en la cordillera Chongón Colonche. En época de lluvias se forman cuerpos de agua como lagunas, que son propicias para el avistamiento de animales silvestres como los saínos, aves, incluso especies migratorias, ardillas e insectos propios del bosque seco tropical; además una gran variedad de árboles por lo que se puede decir que es un lugar idóneo para realizar cabalgatas, avistamiento de flora y fauna, camping, con la gran facilidad de encontrarse muy cerca de la ciudad.

La principal atracción es ofrecer a los visitantes la posibilidad de conocer más de cerca los animales de granja y sus cuidados, recorrer la zona por medio de cabalgatas, y poder observar la flora y fauna aledaña a la hacienda.

Aunque presenta algunos recursos importantes para el desarrollo turístico, existen algunas limitaciones como: la cantidad de caballos, lo que hace que no pueda ir un grupo grande de personas, y los horarios de atención, debido a que solo abre al público bajo previa reservación los fines de semana.

Si bien la hacienda “La Ruta” cuenta con varios recursos naturales y culturales que podrían motivar el desplazamiento de personas hacia el lugar, es necesario evaluar su potencial real mediante un análisis minucioso tomando de referencia otras experiencias

exitosas y lo que plantean las organizaciones que lideran esta modalidad de turismo, para así lograr convertir a esta hacienda en un verdadero atractivo agroturístico que ayude a la diversificación de la oferta de lugares turísticos de Guayaquil.

DESARROLLO

1. Agroturismo

El agroturismo empezó en Europa en las zonas agrícolas marginales que corrían el riesgo de despoblarse y luego de algunos años se empezó a dar como consecuencia del turismo rural. Es una modalidad que actualmente aún no está completamente definida y bien diferenciada del turismo rural en sí. En muchos países se considera sinónimo, por lo que crea confusión en el momento de describir el producto o sus ofertas.

Según Marvin Blanco

“Son dos productos distintos: en el primero se privilegia el disfrute de la vida rural y el contacto con sus pobladores, sin destacar específicamente las prácticas agropecuarias; el segundo tiene como eje de su oferta las actividades propias de las explotaciones rurales, tales como: cosecha, ordeña, rodeo, trilla, elaboración de conservas, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales. Estas actividades se combinan con otras recreativas (caminatas por los alrededores de la finca, avistamiento de aves, cabalgatas, paseos en bote y visitas a los alrededores a pie o en carreta, entre otras” (p.118).

Debido que esta actividad se desarrolla en zonas rurales, ayuda a fomentar que los campesinos mantengan sus costumbres y tradiciones, sin que haya aculturación, por lo que lo vuelve atractivo para los turistas y excursionistas. Esta actividad permite también que la gente pueda conectarse con la naturaleza y conocer la vida en zonas rurales realizando actividades de ocio a diferentes precios, dependiendo las actividades y lugares donde se realicen.

Según Marchena (1991):

“Existirían cinco razones principales del incremento de la demanda por agroturismo. Entre ellas se encuentra: valoración de parte de la población por el medio ambiente, insatisfacción por el turismo tradicional, aumento de la promoción de las áreas rurales, mejoras en los accesos a las zonas rurales, diversidad de actividades alternativas a la congestión del mundo urbano. Otros motivos que explicarían el auge de esta nueva forma de turismo son la imagen bucólica de la vida campesina, el interés de los agricultores por incrementar y diversificar sus ingresos y la búsqueda de modalidades de turismo activo donde el viajero sea el protagonista de las aventuras y no un mero espectador pasivo” (Constabel, Oyarzun, Szmulewicz, Álvarez, Guala, Pérez, 2007 p.16)

Esta es una actividad que ayuda incluso a las familias campesinas a tener otro tipo de ingresos económicos y hace que se relacionen con gente de zonas urbanas, tanto nacionales como internacionales, lo que los ayudará incluso a mejorar su comunicación, pueden llegar a vender productos manufacturados por ellos mismos en las fincas o haciendas como queso, mermelada, yogur, manjar, galletas, patacones, etc. o criar animales para el consumo.

Entre las ofertas del agroturismo más atractivas que se han desarrollado, está el enoturismo y la venta de vinos y quesos, que debido a su éxito luego se implementó en Latinoamérica. Actualmente los lugares que se destacan por esta actividad está Jerez en España, La Figuera en Cataluña, Santiago en Chile, Mendoza en Argentina, el sur de Francia por los Pirineos, Napa Valley en California-Estados Unidos, entre otros, También existen rutas turísticas de viñedos y ferias de catación de vino como la “Fira del vi” en Falset, Cataluña.

Por lo tanto se entiende que es una actividad que puede ser implementada en otros lugares para generar nuevos ingresos económicos y vinculación entre comunidades de diferentes zonas como puede ser el caso de todo el territorio de Ecuador, que siendo un país pequeño tiene un gran potencial para incrementar ingresos por el turismo, debido a su gran diversidad.

2. Importancia del Agroturismo

- Es una modalidad que brinda la oportunidad de participar en labores de campo, junto con los campesinos y propietarios para quienes muchas veces es una actividad turística que complementa el trabajo agro ganadero que de todos modos realizan.
- Permite que se relacionen personas de diferentes nacionalidades con campesinos conociendo así sus costumbres y tradiciones.
- Proporciona trabajo a campesinos e ingresos adicionales para los propietarios.
- Esta modalidad turística puede considerarse educativa, ya que los turistas o visitantes pueden aprender sobre la vida en el campo, vestimenta, cuidado de los animales, cosechas, sembríos, etc.
- Es una actividad que ayuda a las mujeres, ya que la mayoría de gente que realiza estos trabajos ganaderos, de cosecha y crianza, son mujeres, lo cual es excelente, ya que les brinda una oportunidad laboral más fácilmente que a los hombres.

3. Características del modelo de Agroturismo

Según la FIA conocida como la Fundación de Innovación Agraria, es necesario nueve claves para el éxito de un proyecto agroturístico y poder brindar un producto ecológico que sea nuevo y único creando un ambiente en el cual se puedan asociar todo los involucrados de una forma participativa para el intercambio social y cultural, aprovechando todos los aspectos del entorno. Estas nueve claves son pilares básicos

fundamentales para la implementación en el proyecto de "La Ruta" porque sin ninguno de ellos, no podríamos satisfacer este pequeño nicho de mercado y crear una demanda competitiva.

Tabla 1: REQUISITOS CLAVE DEL AGROTURISMO

Requisitos claves del agroturismo

Innovador	En la gran mayoría de los casos, es una actividad no tradicional que aporta nuevas posibilidades a los medios rurales y que genera cambios en los sistemas existentes.
Participativo	Los habitantes son actores de su propio desarrollo y no sólo espectadores de actividades turísticas.
Asociativo	Cuando opera en forma agrupada, obtiene mejores resultados que cuando lo hace en forma aislada.
Formador	La adquisición de nuevos conocimientos en materias tales como gestión, organización, contabilidad y normativas, no sólo eleva el nivel de los servicios ofrecidos al turista, sino que también aporta un beneficio al desarrollo rural.
Cultural	La cultura, el folklore, las tradiciones regionales, la artesanía, las comidas, son elementos que se encuentran presentes en diversos grados en el espacio rural y que el agroturismo fomenta.
Ecológico	Por contraste con su entorno habitual, al visitante de origen urbano le interesan los paisajes preservados, la flora y la fauna en sus hábitats naturales, y este interés motiva acciones de valorización del medio natural por parte de los agricultores.
Recreativo	Según las características geográficas propias de cada lugar, deben proponerse actividades complementarias al alojamiento, tales como el turismo ecuestre, el senderismo, el montañismo, la pesca, la caza, el ecoturismo, etc.
Social	Por sus características y precios, numerosas estructuras de agroturismo trabajan con grupos socio-económicos desfavorecidos. Por otra parte, campesinos de bajos recursos han logrado mejorar sus condiciones de vida gracias a los recursos generados por el agroturismo.
Pedagógico	A menudo, como resultado de convenios con establecimientos educacionales, ciertas estructuras agroturísticas proponen programas de educación ambiental y de divulgación agrícola, acogiendo a grupos de escolares y haciéndolos participar en diversas actividades.

Fuente: Adaptado de la Fundación de Innovación Agraria del Ministerio de Agricultura de Chile (2007)

Fuente: Formación de una red de agroturismo en las provincias de Guayas y Los Ríos

4. Metodología

La presente investigación tiene varias modalidades debido a la información que presenta, de carácter exploratoria, porque busca dar a conocer las tendencias turísticas en el sector agroturístico y específicamente aplicadas a la hacienda La Ruta. También busca determinar las potenciales relaciones entre variables y así encontrar todos los factores que influyen en los cambios que se producen dentro de la evaluación del proyecto, es importante mencionar que esta investigación explora algunas variables que influyen en los cambios que ocurren en el sector turístico.

Es descriptiva, porque menciona, enumera y aclara los fenómenos y eventos que deben examinarse para ampliar el conocimiento sobre el tema. Al ser una investigación que desglosa, enumera y tabula, busca especificar las propiedades importantes de los distintos grupos que han sido sometidos al análisis, para evaluar los distintos componentes que forman parte del estudio. Esto incluye las opiniones de personas, los datos medibles que pueden ser tabulados y relaciona las conexiones existentes entre ellos.

Es correlacional, en cuanto podría decirse que intenta establecer las asociaciones no causales que existen entre las variables, las cuales primero se miden y posteriormente se aplica una técnica estadística que presenta un estimado acerca de la relación y gustos de las personas.

Se utilizaron diferentes herramientas metodológicas descritas a continuación:

- **Visitas de campo**

Se realizaron varias visitas in situ durante 3 meses para recopilar información de la hacienda, mediante fichas de observación de campo.

- **Entrevista**

Se efectuó una entrevista al propietario de la hacienda para conocer más detalles acerca de cómo estaba desarrollando el proyecto; tales como: ¿cuáles son sus expectativas? ¿Cómo comenzó? ¿Qué lo motivó a llevar una empresa dirigida al turismo?, etc.

- **Encuesta**

Se utilizó una encuesta creada por medio de la herramienta Google Apps con la aplicación llamada Formularios. Las preguntas de la encuesta fueron realizadas con el objetivo de constatar si las actividades que se realizan en la hacienda La Ruta tienen buena aceptación por los visitantes. Para la realización de la misma se facilitó la siguiente dirección electrónica: <https://docs.google.com/forms/d/1V-27bVweckVcVQezsfJ1nez-dxICXn6CE0ZVSVWqb5Y/viewform>

Fueron encuestadas personas de diferentes nacionalidades y edades, para determinar la posible demanda. En la encuesta se implementó imágenes del sitio para que sea llamativa y a la vez generar un interés aún más grande en quienes la realizaron.

- **Grupos Focales**

Se llevaron a cabo dos grupos focales en los que se analizaron diferentes temas de discusión y estuvieron conformadas entre seis y nueve personas:

Grupo 1: conformado por seis personas, jóvenes entre 26 y 33 años, amantes de la naturaleza, de los viajes y de los animales, dos de ellos estudiantes de turismo, con quienes se trataron los siguientes temas:

- Actividades interesantes que se puedan realizar en el sitio.
- Motivaciones para trasladarse a otro lugar saliendo de la rutina diaria.

Grupo 2: conformado por un grupo de nueve personas, todos apasionados por los caballos, entre ellos el propietario, la autora de este trabajo de investigación junto a otras personas entre edades de 37 y 68, todos conocedores del tema, como Jorge Carmigniani amante de los caballos y cabalgatas, desde joven. El tema que se trató en este grupo fue:

- Actividades basadas en los caballos que se pueden realizar en la hacienda.

5. Resultados

De acuerdo a la entrevista realizada al Sr. Jimmy Vallejo propietario de la hacienda La Ruta, se resalta dos preguntas consideradas de mayor importancia, las cuáles son:

¿Qué características tiene la hacienda?

Es un lugar extenso, ubicada en lo alto de la montaña, aproximadamente 250 o 400 msnm. Tiene un microclima increíble donde en ciertas épocas se puede encontrar neblina en un ambiente frío en especial por las noches. A lo lejos se puede ver el Parque El Lago, lo cual hace que el paisaje sea aún más llamativo. Por otro lado el estar tan cerca de la ciudad creo que es una característica primordial y también el poder observar y estar en contacto con los animales de la hacienda permite tener una experiencia única acompañada de relajación y bienestar debido también al trato que reciben en la hacienda.

¿Qué busca con la implementación de este proyecto?

Bueno lo que busco es que la propiedad se haga autosustentable cien por ciento, por eso es que se crían borregos y se preparan ciertos alimentos y poco a poco quiero ir implementando más animales de crianza al igual que otras ideas como sembrar tomates, pimientos, tener pequeños cultivos, así sean muy chiquitos, que sirvan para que las personas conozcan sobre la huerta y aprendan. Yo sé que no lo voy a hacer rápido, pero más adelante con una cierta cantidad de tiempo se logrará, eso depende de la cantidad de personas que visiten y que les guste, sobre todo porque el agroturismo es una actividad poco común en nuestro medio.

Visitas de campo

Para complementar información se realizó de Septiembre a Mayo entre el 2015 y 2016 visitas in situ a la hacienda "La Ruta" con diversos grupos de turistas para así poder ver, no solo el aspecto físico de la hacienda, sino también vivir la experiencia al igual que los visitantes. Este período de visitas de observación fueron los fines de semana, pasando un fin de semana, porque la hacienda funciona con estas actividades desde el 2015 saltando un fin de semana al mes; ya que al propietario le gusta estar presente para brindar un servicio más personalizado.

Encuestas

Se realizaron 283 encuestas a personas de diferentes edades y nacionalidades para determinar si la hacienda "La Ruta" sería atractiva para visitantes ecuatorianos y extranjeros. Los encuestados fueron personas entre 15 – 80 años de edad. Los resultados mostraron que el 83% de los encuestados son de nacionalidad ecuatoriana, mientras que de extranjeros el 77% son españoles.

Además el 63% tienen entre 26 y 36 años, con esta información se analiza que la hacienda “La Ruta”, podría llegar a tener una gran demanda, puesto que se determina que es atractivo, no solo nacionales, sino para extranjeros, de los cuales por la edad, pueden tener poder adquisitivo.

El 75.6% de los encuestados viaja por Ecuador, por lo tanto es necesario tratar de promover el Agroturismo en el país, puesto que se determina que existe una gran probabilidad de captar demanda significativa.

El 91.5% de los encuestados eligió que sí le gustaría visitar una hacienda agroturística, ayuda a comprobar una vez más, que el interés de la gente por conocer o asistir a sitios rurales es muy extensa y si se llega a estos grupos de personas, se puede lograr tener una captación con una cantidad de gente que genere un alto ingreso los fines de semana que funciona la hacienda.

Grupos focales

Los dos grupos focales coincidieron en que la mejor actividad a realizar en “La Ruta” y lo que más los motiva es el contacto con los caballos en sí y el entorno del sitio, debido a que es una actividad atractiva para muchos, que incluso les genera paz y relajación para su momento de ocio. Por otro lado ambos grupos mencionaron como importante e interesante que se realice luego de la cabalgata, la parrillada, aunque les gustaría también participar en el momento de la preparación.

De acuerdo a la recopilación y evaluación de la información realizada en la hacienda “La Ruta”, se elaboró un análisis FODA de la hacienda, con los siguientes resultados:

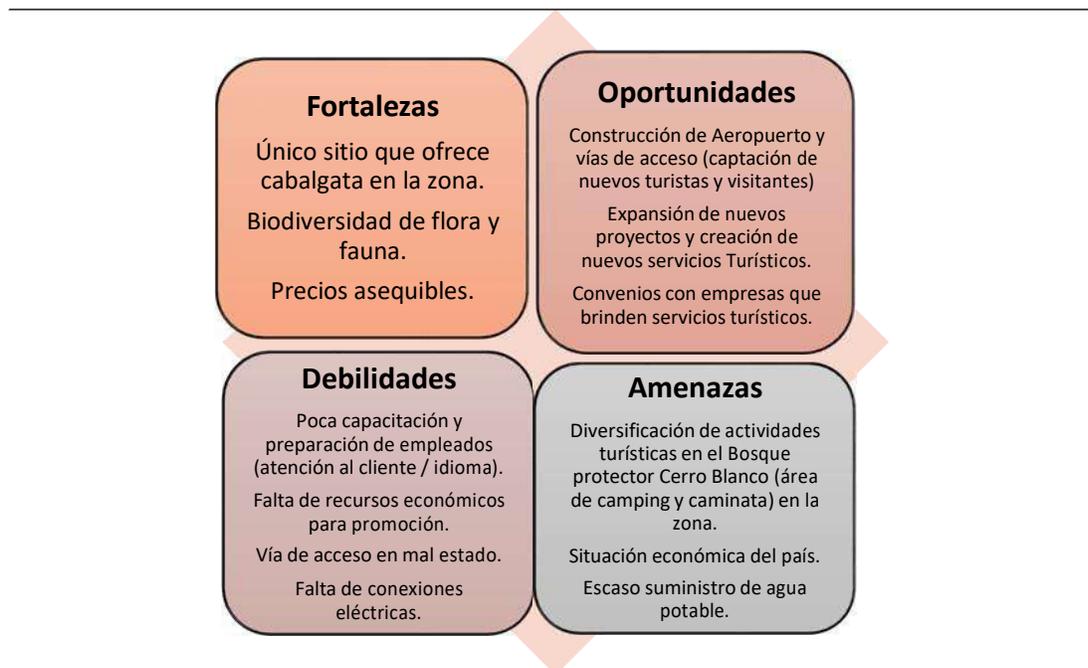


Gráfico 1: FODA de la hacienda La Ruta

6. Evaluación del potencial agroturístico de la hacienda “La Ruta”

Luego de recopilar información mediante la entrevista, las 283 encuestas, los grupos focales y la observación de campo, se utilizó el siguiente modelo de evaluación, para así determinar el potencial agroturístico de la hacienda “La Ruta”, el cual tuvo los siguientes resultados.

Tabla 2. Resultados de la evaluación de los 9 requisitos claves para el agroturismo
Elaborada por: Autora

9 REQUISITOS CLAVE	Buena(4)	ACEPTABLE(3)	REGULAR(2)	DEFICIENTE(1)	NO EXISTE (0)	PUNTAJE
Innovador	X					4
Participativo			X			2
Asociativo		X				3
Formador	X					4
Cultural		X				3
Ecológico	X					4
Recreativo	X					4
Social		X				3
Pedagógico					X	0
						
	Promedio Necesario = 3				Promedio	3

Acogiendo la metodología de Sergio Molino para el análisis del Sistema Turístico, se realizó la siguiente ecuación:

$$\text{Promedio} = \frac{(\text{Suma del puntaje obtenido})}{(\text{Cantidad de variables})} = \frac{27}{9} = 3$$

Siendo el promedio 3, un valor que se encuentra dentro del rango aceptable, por consiguiente se determina que la hacienda “La Ruta” tiene potencial para ser producto agroturístico, pero debe implementar y mejorar algunos aspectos de importancia.

CONCLUSIONES

Después de haber recopilado información mediante las encuestas, grupos focales y observación de campo y de realizar el análisis minucioso acerca de las preferencias de los visitantes a la hacienda “La Ruta”, se ha evidenciado que las personas en

general, viven constantemente estresadas y por esta razón, buscan desplazarse por un período corto o largo, en su mayoría más de tres veces al año y quieren estar en contacto con la naturaleza. Y obtener por medio de una experiencia diferente, el descanso y la desconexión de la rutina de su vida diaria.

Se evidenció que el 75.6%, es decir 214 encuestados contestaron que viajan dentro de Ecuador, el 52.7% quiere tener contacto con la naturaleza y el 91.5% le gustaría visitar una hacienda cerca de la ciudad que ofrezca cabalgatas, comida, caminatas, avistamiento de aves, etc., esto evidencia el potencial que la hacienda “La Ruta” presenta como una excelente alternativa para poder satisfacer los requerimientos de la demanda.

La actividad con mayor aceptación son las cabalgatas realizadas por los senderos ya que los involucra en una experiencia campestre profunda, acompañada de paisajes únicos, esta y otras actividades como el contacto directo con los animales, el trabajo de campo vivencial que pueden realizar, observación de fauna y flora que se da gracias al ecosistema tropical de montaña que brinda el lugar, la posibilidad de camping, y el servicio de comida.

El servicio que ofrece “La Ruta”, es personalizado ya que se realiza las actividades con el visitante dentro de la hacienda para que disfrute en su totalidad de los espacios, paisajes y animales, además se ejecutan actividades de campo que suelen ser agroganaderas; implementándolo de manera responsable: conservando el medio ambiente, generando fuentes de trabajo en el sector para los campesinos y habitantes de las zonas rurales aledañas.

RECOMENDACIONES

Las siguientes recomendaciones fortalecerán los 9 requisitos básicos del agroturismo, especialmente haciéndola más participativa y pedagógica, estas son:

- Participación vivencial de los turistas en la elaboración de quesos en todos los procesos, preparación de la parrillada o asado y otras actividades propias del campo.
- Tener productos de “La Ruta” a la venta, los días que tienen visitas de turistas.
- La implementación de un huerto sencillo para ser utilizado como atracción para los visitantes, materia prima para la comida e incluso como actividad para sembrar o cosechar con los turistas.
- Contar con una carreta para que las personas que no puedan montar puedan participar en los recorridos junto al grupo, ya que en las encuestas y también en un grupo focal lo sugirieron.
- Utilizar con mayor eficacia las redes sociales para así captar más potenciales clientes, ya que está demostrado gracias a las encuestas y grupos focales que existen muchas personas interesadas en las actividades que ofrece “La Ruta”.
- Realizar talleres de equinoterapia y también acerca del cuidado de los caballos, ya que es una razón que influye mucho en su carácter y servirá también para

que más personas puedan disfrutar de esta actividad y quienes quieran dedicarse o tengan caballos expandan sus conocimientos acerca del tema.

- Crear programas educativos para que de manera constructiva puedan integrarse estudiantes a nivel de educación básica y bachillerato y así puedan tener la oportunidad de vivir y conocer acerca de ecología y medio ambiente estando en la hacienda “La Ruta”.
- Implementar recuerdos como fotografías tomadas a los visitantes desde la llegada a “La Ruta” y en lo que dure su visita, para luego entregárselas y puedan llevarse un recuerdo de su experiencia.

BIBLIOGRAFÍA

Barrado, D., Calabuig, J., Artigues, A., Crespo, I., García, M., & Lago, M. et al. (2016). *Geografía mundial del turismo* (pp. 123-141). Madrid: síntesis s.a.

BARRERA, E. & MURATORE, N. (2003). *CASOS Y EXPERIENCIAS DE TURISMO RURAL Turismo Rural en Latinoamérica* (1st ed.). TURNET. Retrieved from http://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/turismo_rural_en_america_latina_2003.pdf

BOYER, M. (2016). *EL TURISMO EN EUROPA DE LA EDAD MODERNA AL SIGLO XX* (2nd ed.). LYON: MARC BOYER. Retrieved from http://revista-hc.com/includes/pdf/25_02.pdf

Canessa, F. (2013). *INTRODUCCIÓN AL AGROTURISMO. Issuu*. Recuperado 6 Mayo 2016, from https://issuu.com/franciscoquintanacanesa/docs/unidad_i_introduccion_al_agroturismo

CHAVEZ DE LA PEÑA, J. (2005). *ECOTURISMO TAP MOTODOLOGIA PARA UN TURISMO AMBIENTALMENTE PLANIFICADO*. MEJICO: TRILLAS.

Constabel, S., Oyarzun, E., Szmulewicz, P., Álvarez, K., Guala, C., & Pérez, S. (2007). *AGROTURISMO EN CHILE CARACTERIZACIÓN Y PERSPECTIVAS*. INDAP. Recuperado 11 Marzo 2016, de: http://www.indap.gob.cl/sites/default/files/agroturismo_en_chile.pdf

CORDERO RAMIREZ, J. (2008). *MARKETING ESTRATEGICO EN TURISMO* (pp. 1-128). MEJICO: TRILLAS.

Diagnóstico de los servicios turísticos del balneario Santa Marianita en el Cantón Salitre. (2016) (1st ed.). Guayaquil. Retrieved from <https://drive.google.com/drive/folders/0B5PIRH6jEwLOenp3QTNWVUUtUU0>

DIAZ, N., LUHRING, N., RIVERA, D., LAABES, D., MATOS, D., & ORTIZ, M. et al. (2016). *GUIA DE AGROTURISMO SOSTENIBLE COMO ESTABLECER UN PROYECTO AGROTURISTICO EN PUERTO RICO* (1st ed.). PUERTO RICO: VARIOS. Recuperado de <http://puertoricotourism.pr.gov/dnn/Portals/default/Turismo/Documents/Guia%20Agroturismo.pdf>

Entender el turismo: Glosario Básico | Organización Mundial del Turismo OMT. Media.unwto.org. Recuperado 4 Marzo 2016, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

FARALDO JARILLO, J. & RODRIGUEZ-LOPEZ, C. (2013). *INTRODUCCION A LA HISTORIA DEL TURISMO* (pp. 1-24). MADRID: ALIANZA.

GARCIA HENCHE, B. (2005). *CARACTERÍSTICAS DIFERENCIALES DEL PRODUCTO TURISMO RURAL* (1st ed., p. <http://revistas.um.es>). ESPAÑA: BLANCA GARCIA. Recuperado de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/18481/17831>

GUIRRÍA DI-VELLA, M. (2011). *INTRODUCCION AL TURISMO* (p. 18-90). MEXICO: TRILLAS.

IBAÑEZ, R. & IVANOVA, A. (2012). *MEDIO AMBIENTE Y POLITICA TURISTICA EN MEXICO* (1st ed., p. 118). MEXICO. Recuperado de <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/download/669.pdf>

LEY DE TURISMO. (2014) (1st ed.). ECUADOR. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

MORALES, L., CABRAL, A., AGUILAR, A., VELZASCO, L., & HOLGUIN, O. (2016). *AGROTURISMO Y COMPETITIVIDAD COMO OFERTA DIFERENCIADORA* (19th ed.). TORREON, MEXICO: REVISTA MEXICANA DE AGRONEGOCIOS. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/141/14143037004.pdf>

RICAURTE QUIJANO, C. (2009). *MANUAL PARA EL DIAGNÓSTICO TURÍSTICO LOCAL Guía para planificadores* (1st ed.). GUAYAQUIL: CARLA QUIJANO.

SANTANA, L. & MORAN, L. (2009). *Formación de una red de Agroturismo en las provincias de Guayas y Los Ríos* (1st ed.). Guayaquil: Lcdo. Cesar Santana, Lcda. Isabel Moran. Recuperado de <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2011/10/formacion-red-agroturismo-mintur-2009.pdf>

Vogel, M., Lombardo, L., Gazzera, M., Quadri, F., Contreras, S., Sepúlveda, M., & Pérez, C. (2016). *TURISMO RURAL MODALIDAD AGROTURISMO: UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO PARA LA ZONA NORTE DE LA PROVINCIA DE NEUQUEN* (4th ed.). Buenos Aires: Universidad Nacional de Comahue. Recuperado de <http://170.210.83.98:8080/jspui/bitstream/123456789/169/1/Art%3%adculo%206%20-%20Vogel.pdf>

020. ESTRATEGIA DE ORQUIDEAS EN COMUNIDADES DEL ECUADOR.

Autores:

Dra. MarianadeJesúsMitesCadena¹

Tec. Edwin P. Oña²

¹Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí. Calle Eudoro Loor y 25 de Diciembre s/n. Portoviejo – Manabí – Ecuador

²Ministerio del Ambiente, Calle Madrid 1159 y Andalucía. Box 170517. Quito - Ecuador
E-mail: mmites@pucem.edu.ec, edwin.ona@ambiente.gob.ec

El Ecuador es un país pequeño geográficamente tiene diversidad de hábitats y microclimas; la altura de las cordilleras andinas, la influencia de corrientes marinas de diversa temperatura estacional y la pluviosidad variable, determinan la proliferación de orquídeas. Existe 4187 especies de orquídeas descritas, 1710 son endémicas y 1455 tienen un tipo de amenaza. El objetivo fue inventariar comunidades especializadas en cultivar orquídeas u ofertar este atractivo turístico, para lo cual se georeferenció con GPS, se determinó 7 zonas comunitarias, especializadas en conservación y reproducción vegetativa, sus colecciones van desde 100 a 3000 especies, se estima que un 34% tienen amenaza a desaparecer. La visita a estas zonas potenciales en el mes de Junio, registraron 583 especies de orquídeas, de las cuales 375 especies comunes en las zonas geográficas; 208 especies únicas en 3 zonas geográficas, donde se encontraron 390 géneros, de los cuales 91 géneros únicos y 299 géneros con flores caducas o sin flores. Zona Noroccidental 15 especies vulnerables y los géneros menos abundantes *Anguloa*, *Brassia*, *Mormodes*. Zona Centro Oriente 4 especies en peligro y especies más frecuentes *Maxillaria sandariana*, *Cyrtorchilum macranthum*. Zona Sur 15 especies en peligro de extinción como *Kefersteinia andreettae*, *Masdevallia hirtzii*. Por lo tanto la cordillera andina presenta especies endémicas, catalogadas como “en peligro de extinción del medio natural”, según el libro rojo de especies debido a la extracción silvestre. Los viveros constituyen un elemento importante para conservar especies amenazadas, por lo que debe promoverse su legalización y su distribución amplia por todo el país.

Palabras = 250

Palabra clave: emprendimientos de orquídeas, especies amenazadas, comunidades ecuatorianas.

Área temática: Turismo

Modalidad: Oral

INTRODUCCIÓN

La familia ORCHIDACEAE es una de las familias más grandes de las plantas con flores, con aproximadamente 25000-30000 especies en el mundo, Mulder, D & Mulder, T. (1990), pero la mayoría de orquídeas se producen en los Neotrópicos, Dressler, (1981). Nuestro país el Ecuador es uno de los más diversos en orquídeas con más de 4187 especies descritas, cuenta con 219 géneros de orquídeas, 4.187 especies clasificadas y 1.710 especies endémicas, es decir el 33% de la flora ORCHIDACEAE es única en el mundo y el 25 % de las especies de flora del país, distribuidas en los mundos turísticos: Costa, Andes y Amazonía y se estima llegar a aumentar este número de especies de orquídeas, Dodson, (2006), datos no publicados.

Es menester resaltar el alto endemismo de especies en el país, especialmente en ciertas zonas como en el Noroccidente de Pichincha, Endara (2009).

El Ecuador, a pesar de ser un país pequeño geográficamente, tiene diversidad de hábitats y microclimas, por lo que proliferan muchas especies de orquídeas. En el presente estudio se evaluaron las zonas comunitarias que tienen viveros con una amplia diversidad de géneros y especies, los mismos que muchas veces, no se encuentran en el medio silvestre y solo se conocen en muestras secas depositadas en herbarios nacionales o internacionales, o en jardines botánicos fuera del país, Gentry, A. & C., Dodson. (1987).

La mayoría de las especies de orquídeas ecuatorianas habitan entre los 300 y 3000 m.s.n.m. y a elevaciones superiores se encuentran 588 especies que constituye el 18% de la población de orquídeas del país, Dodson (1994); estos datos revelan que la familia Orchidaceae presenta una vasta dimensión, en el Ecuador, se extiende en ciertas áreas de comunidades que desarrollan actividades de turismo comunitario, Mites, M & P. Galiano. 2006.

Por lo tanto, se puede concluir que el gran potencial del sector turístico comunitario constituye una línea de producto estratégico cuyo aprovechamiento, permite potenciar el desarrollo sostenible del Ecuador, por lo que es necesario diseñar esta estrategia de orquídeas en comunidades y cuya oferta actual contempla el componente de orquídeas, a efecto de mejorar las condiciones de vida de las comunidades involucradas y de generar productos innovadores dentro de la oferta turística comunitaria del Ecuador.

En todos los sectores del Ecuador, por donde atraviesa un sistema vial, existen especies de plantas endémicas amenazadas y evaluadas por los parámetros de conservación de la UICN y de los Apéndices I, II Y III de la Convención CITES, (Convención sobre el Comercio Internacional de Especies de Flora y Fauna Silvestres IUCN. (2012). También existen especies poco conocidas científicamente y especies de interés por sus posibilidades de propagación, cultivo y manejo como plantas ornamentales, factores que han sido aprovechados por los emprendimientos privados que están ofertando tours con orquídeas en Ecuador.

METODOLOGIA

Se realizó el inventario botánico de orquídeas insitu y exsitu, en los emprendimientos comunitarios, que mantienen una colección de orquídeas, en donde se recolectó una muestra para herbario, para determinar diversidad de epífitas, y en aquellas comunidades que aún poseen bosque primario se establecieron transectos de 50 x 20 m método para determinar diversidad, Gentry, A. & C., Dodson. (1987) y se ubicaron en una gradiente altitudinal de 50 a 100 metros, considerando la existencia de diferentes micro hábitats, para realizar el análisis cualitativo y las comparaciones entre los transectos , Ludwig, J. (1988).

También se realizó una entrevista a todos los emprendimientos comunitarios cuya oferta turística es especializada en orquídeas en todo el país, se tomaron puntos GPS, para georeferenciar a cada uno de ellos, con coordenadas geográficas en el mapa del Ecuador, cuya información será la base para procesos de capacitación y mejoramiento de los orquidearios para fortalecer el turismo a nivel nacional.

Se visitó a todos los emprendimientos registrados y no registrados con los Ministerios del Ambiente y Turismo, que en la actualidad están operando en la actividad especializada con orquídeas de las provincias de: Pichincha, Tungurahua, Napo, Zamora Chinchipe, Loja, Guayas, El Oro, Azuay, Santo Domingo de los Tsáchilas, cuyos emprendimientos privados están dedicados a la conservación y al ecoturismo con orquídeas.

RESULTADOS

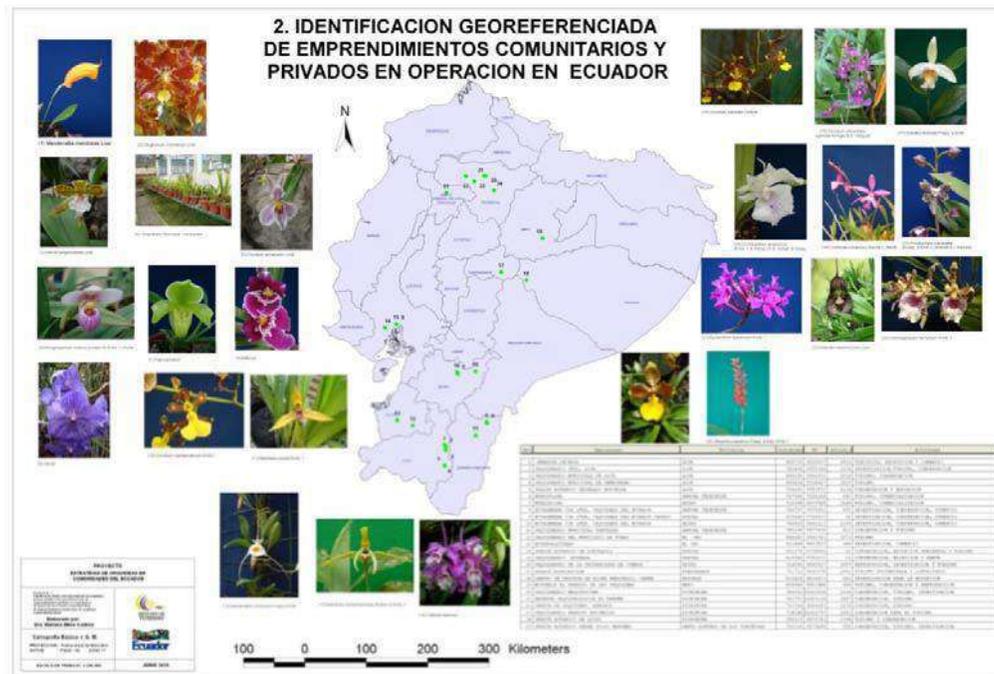
Se realizó el inventario de todos los emprendimientos comunitarios especializados en orquídeas en el Ecuador, donde se georeferenciaron a 7 zonas comunitarias como se muestra en la siguiente tabla y mapa:

Tabla 1. Comunidades georeferenciadas en el Ecuador

	POTENCIALES	COMUNITARIOS					
PUNTO.	COMUNIDAD FEPTCE	NOMBRE	PROVINCIAS	COORDENADAS	UTM	ALTURA m	ACTIVIDAD
3	-	IMBANA	ZAMORA CHINCHIPE	17M 0709404	UTM 9575123	1931	CONSERVACION
4	-	LOYOLA	ZAMORA CHINCHIPE	17M 0707506	UTM 9500481	1523	CONSERVACION, TURISMO
13	-	LA DRESSLERELLA	ZAMORA CHINCHIPE	17M0749065	UTM 9556841	906	TURISMO Y REPRODUCCION
35	-	EL TUNEL	TUNGURAHUA	17M0800692	UTM9845008	1530	TURISMO Y CONSERVACION
36	-	RIO VERDE	TUNGURAHUA	17M0802263	UTM9845402	1528	CONSERVACION PARA

							TURISMO
6	Registrada	YUNGUILLA	PICHINCHA	17N 0766591	UTM 0002692	2671	CONSERVACION, TURISMO, INVESTIGACION
7	Registrada	NUEVO MUNDO	PICHINCHA	17M0727427	UTM 9991576	808	CONSERVACION, COMERCIALIZACION, TURISMO

Figura 1. Identificación georeferenciada de emprendimientos comunitarios en Ecuador



En las 3 zonas geográficas, se encontraron 390 géneros, de los cuales 91 géneros únicos y 299 géneros con flores caducas o sin flores. Zona Noroccidental 15 especies vulnerables y los géneros menos abundantes *Anguloa*, *Brassia*, *Mormodes*. Zona Centro Oriente 4 especies en peligro y especies más frecuentes *Maxillaria sandariana*, *Cyrtorchilum macranthum*. Zona Sur 15 especies en peligro de extinción como *Kofersteinia andreettae*, *Masdevallia hirtzii*.

Diversidad por Comunidad

IMBANA

Ubicación: Provincia: Zamora Chinchipe; Parroquia: Imbana

Coordenadas: 17M 0709404 UTM 9575123 Altura: 1931 m.s.n.m

Esta comunidad mantiene una colección de 50 Especies de Orquídeas, 9 especies con flores en Junio; los géneros más representativos fueron Batemania, *Cyrtochilum*, *Maxillaria*, *Lycaste*; las especies identificadas como más frecuentes fueron *Lycaste fimbriata*, *Cochlioda vulcanica*, *Dracula lotax*, *Dresslerella portillae*, *Masdevallia empusa*.

LOYOLA

Ubicación: Provincia: Zamora Chinchipe; Cantón: Palanda ; Parroquia: El Porvenir del Carmen; Barrio: Loyola Coordenadas: 17M 0720841 UTM 9500481 Altura: 1523 m.s.n.m.

La comunidad mantiene una colección de 50 Especies de Orquídeas, 10 especies con flores en Junio; los géneros más representativos fueron *Catasetum*, *Comparettia*, *Gongora*, *Maxillaria*, *Mormodes*, *Lockhartia*, *Masdevallia* y las especies que presentan amenaza a desaparecer del medio silvestre fueron *Cochlioda vulcanica*, *Dracula cordobae*, *Masdevallia hirtzii* y *Maxillaria pulla*,

LA DRESSLERELLA

Ubicación: Provincia: Zamora Chinchipe; Cantón: Zamora; Parroquia: Cumbaraza Barrio: Cusuntza Coordenadas: 17M 0736730 UTM 9556841 Altura: 906 m.s.n.m.

La comunidad mantiene una colección de 600 Especies de Orquídeas, 90 especies con flores en Junio; los géneros más representativos fueron *Mormolica*, *Maxillaria*, *Lepanthes*, *Acronia*, *Galiottia*, *Bifrenaria*, *Dichaea*, *Scuticaria*; las especies más representativas y abundantes fueron *Cochleanthes amazónica*, *Scuticaria saleciana*, *Batemania colleyi*, *Masdevallia mendozae*, *Masdevallia hirtzii*.

EL TUNEL

Ubicación: Provincia: Tungurahua; Cantón: Baños; Parroquia Río Verde; Sector: Quilloturo. Coordenadas: 17M 0799927 UTM 9845008
Altura: 1530 m.s.n.m

La comunidad mantiene una colección de 50 Especies de Orquídeas, 15 especies con flores en Junio; los géneros más representativos fueron *Cyrtochilum*, *Epidendrum*, *Maxillaria*, *Lycaste*, mientras que las especies más abundantes fueron *Brassia arcuigera*, *Epidendrum nocturnum*, *Cyrtochilum flexuosum*, *Prosthechea crassilabia*.

RIO VERDE

Ubicación: Provincia: Tungurahua; Cantón: Baños; Parroquia Río Verde; Sector: Río Verde; Barrio: Miramelindo. Coordenadas: 17M 0800692
UTM 9845402 Altura: 1528 m.s.n.m.

Esta comunidad mantiene una colección de 100 Especies de Orquídeas y 25 especies con flores en Junio. Los géneros característicos del sector como *Odontoglossum*, *Cyrtochilum*, *Maxillaria*, *Ida*, *Anguloa* y las especies más abundantes con *Maxillaria acuminata*, *Odontoglossum hallii*, *Maxillaria fletcheriana*, *Ida fragrans*.

YUNGUILLA

Ubicación: Provincia: Pichincha; Cantón: Quito; Parroquia: Calacalí; Sector: Yunguilla. Coordenadas: 17 N 0772654 UTM 0002692
Altura: 2671 m.s.n.m.

La comunidad mantiene una colección de 100 Especies de Orquídeas y 50 especies con flores en Junio. Los géneros característicos del sector como *Cyrtochilum*, *Maxillaria*, *Masdevallia*, *Lycaste*, *Epidendrum*, *Dracula*, *Stelis*, *Pleurothallis*, mientras que el sector presenta especies endémicas y con algún tipo de amenaza a desaparecer del medio silvestre y son menos frecuentes como *Dracula vampira*, *Lycomormium ecuadorensis*, *Epidendrum quisayanum*, *Epidendrum brachystel*, Endara, L. (2011).

NUEVO MUNDO

Ubicación: Provincia: Pichincha; Cantón: San Miguel de Los Bancos; Sector: Nuevo Mundo Vía a Ganaderos Orense

Coordenadas: 17 M 0727427 UTM 9991576 Altura: 808 m.s.n.m

La comunidad mantiene una colección de 220 Especies de Orquídeas y 75 especies con flores en Junio. Los géneros característicos del sector fueron *Dracula*, *Cyrtochilum*, *Maxillaria*, *Epidendrum*, *Stanhopea*, *Chondrorhyncha* y las especies que presentan algún tipo de amenaza a desaparecer del medio silvestre fueron *Chondrorhyncha embreei*, *Cischwenfia rostrata*, *Maxillaria riopalenquensis*, *Maxillaria marmoliana*, *Chondrorhyncha thienii* y *Maxillaria pseudoreichenheimiana*, Mites, M. 2008.

CONCLUSIONES

En dos de las siete comunidades, como la Dresslerella y Nuevo Mundo, en Zamora y Nor occidente de Pichincha, existen las más grandes colecciones de orquídeas con amenaza a desaparecer del medio silvestre, debido al alto comercio de especies con flores grandes, bonitas y agradables aromas.

Es necesario tomar medidas de conservación urgentes para el cuidado de las orquídeas en las localidades de estudio, debido a que se encuentran seriamente amenazadas por la influencia antrópica que ha rodeado estos parches de bosques con pastizales, cultivos y al desconocimiento de horticultura para el cuidado y propagación de orquídeas.

Las comunidades ecuatorianas podrían ayudar a reducir las amenazas a desaparecer del medio silvestre de las orquídeas y por ser una fuente potencial de trabajo, se debería implementar otros viveros de orquídeas en zonas de 1000-2500 m.s.n.m., debido a que existe mayor riqueza de especies, cuya densidad es por cada 5 plantas 3 son orquídeas.

Bibliografía:

- Dressler, R. (1982). *The Orchids. Natural History and Classification*(pp. 2 – 8).
Harvard University Press. Cambridge.
- Dodson, C. (2006). *Native Ecuadorian Orchids. Volume 5* (pp. 732-735).
Quito, Ecuador. IN.
- Dodson, C. & R. Escobar. (1994). *Orquídeas Nativas del Ecuador. Volumen 1.*
Primera edición. Editorial Colina. Medellín. pp 11-20.
- Endara, L. (2011). Orchidaceae. In: León-Yáñez, S., R. Valencia, N. Pitman, L. Endara, C. Ulloa & H. Navarrete (eds.). *Libro Rojo de las plantas endémicas del Ecuador*, 2nd. Edition. Pp. 441 – 702. Publicaciones del Herbario QCA, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito.
- Endara, L. (2009). *Patrones de Endemismo de Orquídeas Ecuatorianas.*
Conferencia de los Andes, Loja- Ecuador. Universidad de Florida. Museo de Historia Natural de Florida.
- Gentry, A. & C., Dodson. (1987). *Contribution of non trees a tropical rain forest.*
St. Louis. Biotropica 19: 149-156.
- IUCN. (2012). *Guidelines for Application of IUCN Red List Criteria at Regional and National Levels: Version 4.0.* Gland, Switzerland and Cambridge, UK.
- Ludwig, J. (1988). *Statistical. Ecology A Primer on Methods and Computing.*
A Wiley - Interscience Publication. New York. pp 89 - 95.
- Mites, M. 2008. *Criteria Used to Set Export Quotas for Appendix I and II Orchid*

Species from Ecuador. WWW. NDF WORKSHOP ON CITES Non – Detriment Findings, Cancún - México.IN.

Mites, M & P. Galiano. 2006. Informe Peritaje de Viveros y Reservas de la Empresa Orquídeas Del Ecuador. Archivo Ministerio del Ambiente del Ecuador.

Mulder, D & Mulder, T. (1990). *Orchids travel by air*(pp. 10-15). Printed by Knijnenberg, Krommenie, The Netherlands.

021. PROMOCIÓN DEL TURISMO INTERNACIONAL EN GALÁPAGOS COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE.

Autores:

MBA. Guido Poveda Burgos

guido.povedabu@ug.edu.ec

MBA. Elvira Ortega Décimavilla

elvira.ortegad@ug.edu.ec

MSc. Jorge Rivadeneira Campoverde

jorge.rivadeneirac@ug.edu.ec

MSc. Viviana Coello Tumbaco

Viviana.coellot@ug.edu.ec

DOCENTES DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL – ECUADOR Resumen

En el presente trabajo se puede evidenciar que en la actualidad las islas Galápagos han aumentado su diversidad ecológica para promoción al turismo internacional, contando con un modelo territorial que garantiza la conservación de la integridad ecológica y la biodiversidad del ecosistema insular y marítimo. Al respecto y para el efecto se ha desarrollado en gran magnitud una conciencia ecológica para la preservación y cuidado de todas las especies endémicas que aquí se puede encontrar.

Hoy en día se puede disfrutar la una gran variedad de sitios turísticos amigables con la naturaleza, contando con 70 sitios para visita terrestre, 75 para visitas marinas y más de 484 guías naturistas calificados por la dirección del parque Nacional Galápagos.

Para que se dé un efectivo desarrollo sostenible hay que hacer uso óptimo de los recursos ambientales que son un elemento fundamental para el desarrollo del turismo internacional, manteniendo los procesos ecológicos.

Mientras que para el desarrollo sostenible del turismo se exige la participación informada de todos los interesados, así como un fuerte liderazgo político para garantizar una amplia participación y consenso. Así también el desarrollo sostenible de las islas galápagos debe mantener el alto nivel de satisfacción y garantizar una experiencia significativa y memorable para los turistas.

Palabras clave: Islas Galápagos, turismo internacional, conciencia ecológica, desarrollo sostenible, recursos ambientales

Abstract

In the present study it may show that at present the Galapagos Islands have increased their ecological diversity to promote international tourism, with a territorial model that guarantees the preservation of ecological integrity and biodiversity of the island and marine ecosystems. In this respect and for this purpose has been developed in large scale ecological awareness for the preservation and care of all endemic species can be found here.

Today you can enjoy a variety of friendly nature tourist sites, with 70 land sites for visit, 75 for marine visits and more than 484 nature guides ranked by the Galapagos National Park.

To give an effective sustainable development need to make optimal use of environmental resources that are fundamental to the development of international tourism element, maintaining ecological processes.

While for the sustainable development of tourism informed participation of all stakeholders is required, as well as strong political leadership to ensure wide participation and consensus. So the sustainable development of the Galapagos Islands must maintain the high level of satisfaction and ensure a meaningful and memorable experience for tourists.

Keywords: Galapagos Islands, international tourism, environmental awareness, sustainable development, environmental resources

Introducción: (Objetivos y resultados)

La sostenibilidad ha ganado popularidad en un mundo donde cada vez aumenta la presión del ser humano sobre los ecosistemas. Sus principios fundamentales buscan reducir los impactos sociales negativos y la huella ecológica que generan las actividades económicas para asegurar un futuro mejor. Según el informe Brundtland de las Naciones Unidas, el desarrollo sostenible significa “satisfacer las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades.” Salvador, M. (2016).

Solo hace dos décadas, se empezó a discutir la conceptualización del término turismo sustentable, y por ello la discusión continua (Buckley, 2012). La definición, alcance, enfoque e investigación ha sido discutido ampliamente (César & Arnaiz, 2006; Bramwell & Lane, 2008; Buckley, 2012). El turismo sustentable está basado en la idea de que en general la industria debe propender a la sustentabilidad (UNEP & UNWTO 2005; Olson, 2012; Buckley, 2012; Weaver, 1999).

En un país extractivista como el Ecuador, los impactos socio – económicos y ambientales han inspirado proyectos de cambio que aseguren un futuro sostenible para las siguientes generaciones. Según el Plan Nacional del Buen Vivir, una de las metas es hacer del Ecuador una “biópolis eco – turística” con miras a un Ecuador post –petrolero. Las recientes estrategias de promoción como las campañas “Ecuador Potencia Turística” y “All You Need is Ecuador”, buscan incrementar la fama de la biodiversidad del país para atraer a más turistas cada año.

Desarrollar un estudio de la promoción del turismo internacional en la provincia de Galápagos como estrategia de desarrollo sostenible para lograr que un mayor

porcentaje de los visitantes a las islas utilicen servicios locales, permite plantear la importancia de la promoción del turismo internacional en Galápagos como estrategia de desarrollo sostenible para mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando las ventajas competitivas que posee la provincia.

El posicionamiento y empoderamiento de las islas Galápagos como un destino turístico para la inserción de ofertas ecuatorianas en los programas y catálogos de la industria turística internacional.

Lo mencionado conlleva a plantear estrategias de mercadeo para potenciar el turismo internacional en Galápagos en función de una promoción estratégica direccionada a la consolidación y apertura de nuevos mercados con bajo impacto y alto rendimiento económico, identificado con las necesidades de sostenibilidad que el ambiente de Galápagos ofrece.

Es importante mencionar que la búsqueda y recopilación de fuentes fidedignas de información han permitido llevar a cabo la presente investigación que contribuye al desarrollo del conocimiento de la sociedad.

El turismo es un gran motor de desarrollo económico y social debido al alto valor agregado que implica su desenvolvimiento, al elevado efecto multiplicador que produce su demanda, y al importante efecto acelerador de la inversión en infraestructura y equipamiento.

El sector turístico es uno de los principales motores de la economía con más expectativas de crecimiento a mediano y largo plazo, sobre todo en estos momentos en que se requiere el ingreso de un mayor número de divisas y la generación de fuentes de empleos sostenibles y sustentables que contribuyan al desarrollo económico de nuestro país.

La dinámica de la demanda turística, además de ser más respetuosa con el ambiente, es más exigente con la relación calidad y precio del producto o servicio consumido. El desarrollo de un servicio de calidad pretende ser el rasgo diferenciador del sector turístico ecuatoriano en el que basa su estrategia de desarrollo, y representa el principal factor de competitividad con miras a un modelo de desarrollo sostenible de los destinos turísticos.

El Archipiélago de Galápagos es una de las mayores atracciones científicas y turísticas del Ecuador ante la comunidad internacional; constituye el atractivo más conocido y famoso del país; considerado por los científicos como el área más importante del mundo, como el más maravilloso ecosistema del planeta, por su ubicación geográfica, sus procesos evolutivos, se ha formado una variedad de especies animales y vegetales, endémicos únicos en el mundo, por eso se lo ha denominado Patrimonio Natural de la Humanidad.

El Ministerio de Turismo a través de la Dirección de Calidad y en cumplimiento de sus competencias, busca la generación e implementación del Sistema Nacional de Calidad Turística con miras a promover una cultura de excelencia que permita que Ecuador se posicione como una Potencia Turística en los mercados nacionales e internacionales.

Desarrollo

Galápagos la provincia sostenible

A nivel nacional, el archipiélago de Galápagos es una de las provincias más sostenibles del país, donde el 53% de los ingresos económicos provienen principalmente del turismo según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos “INEC”, a pesar que las especies introducidas y el turismo descontrolado pusieron a Galápagos en la lista de la UNESCO para Patrimonios en Peligro en el 2007.

El 97% del territorio del archipiélago de Galápagos, incluida la reserva marina, es área protegida., varias islas del archipiélago han desarrollado iniciativas como el turismo comunitario, la clasificación de basura y el uso de energía renovable para mejorar la calidad de vida de sus habitantes y conservar su riqueza

Según el Plan Nacional del Buen Vivir una de las metas es hacer del Ecuador una “biópolis eco-turística” 1con miras a un Ecuador post petrolero. Las recientes estrategias de promoción como las campañas “Ecuador Potencia Turística” y “All You Need is Ecuador”, buscan incrementar la fama de la biodiversidad del país para atraer a más turistas cada año. El Estado ecuatoriano ha creado modelos como el Plan Estratégico de Desarrollo para el Turismo Sostenible del Ecuador (PLAN DETUR 2020), el cual tiene la meta de llegar a la cifra de dos millones de visitantes anuales hasta el año 2020. Según la Organización Mundial del Turismo mencionó:

“El turismo sostenible tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

Aunque varios factores impiden lograr las condiciones deseadas de sostenibilidad en las Galápagos, incluyendo una deficiente infraestructura de procesamiento de aguas residuales, los esfuerzos limitados de reciclaje y utilización de productos reciclados, el uso casi exclusivo de fuentes fósiles para generación de energía y el manejo inapropiado de desechos que repercute en problemas de salud para la comunidad local.

Oferta turística de Galápagos

Galápagos inicialmente se desarrolló como un destino de crucero para un segmento de mercado determinado, sin embargo, el mercado se ha diversificado.

Esta evolución de la demanda favoreció el desarrollo del modelo de turismo en los centros poblados representando una oportunidad para el crecimiento de la oferta local, permitiendo el desarrollo de otras modalidades donde existe mayor participación de negocios locales. Esta nueva modalidad de turismo en tierra consiste en que los visitantes duermen en tierra, consumen directamente bienes y

¹ El concepto de “biópolis eco –turística” fue presentado por parte del gobierno ecuatoriano en el Plan Nacional de Desarrollo 2009-2013 e implica un nuevo modo de generación de riqueza y redistribución post-petrolera para el Buen Vivir. Una biópolis es una sociedad de conocimiento, de servicios eco-turísticos comunitarios y de productos agroecológicos.

servicios producidos por empresas locales, y mantienen un mayor contacto con la comunidad. Sin embargo, este crecimiento de la oferta en tierra, actualmente posee altos niveles de informalidad puesto que algunos de los hoteles no poseen un registro de turismo, y poseen bajos niveles de ocupación y calidad

Se puede clasificar la oferta en la disponibilidad de servicios de alojamiento en tierra, embarcaciones con alojamiento, agencias de viaje y servicios de restaurantes y bebidas. Un punto de oferta también incluye a los productos turísticos, típicamente sitios de visita y recreación.²

Lugares turísticos de Galápagos

Galápagos es un archipiélago que se encuentra en el Océano Pacífico, cuenta con muchos atractivos turísticos. Las Islas Galápagos, es una de las islas de Ecuador que atrae a muchos turistas, poseedoras de una sorprendente variedad de atracciones naturales, y especies animales que nunca se deben destruir, o peor aún capturarlos, constituyen el sitio turístico de muchos turistas nacionales y extranjeros, el sitio perfecto para realizar una infinidad de aventuras turísticas.

A continuación, los atractivos turísticos más visitados de las Islas Galápagos:

Isla Bartolomé

La isla Bartolomé uno de los centros turísticos en las Islas Galápagos, que tiene un paisaje natural impresionante. De pie en este lugar es mucho más fácil tomar fotos con el fondo natural de montañas volcánicas y ríos, aquí también se puede nadar con los pingüinos de Galápagos o dirigirse hasta la cima del volcán Roca Pináculo.

Isla Seymour Norte

Aquí es notable la presencia de lobos marinos, aves como el patiazul (piquero de patas azules) y el pez espada, además se puede bucear entre peces tropicales y tiburones de arrecife en la parte inferior del acantilado.

Isla Santiago

En esta isla es posible realizar una serie de viajes a las piscinas de la marea y las cuevas bajo el mar, esta es una aventura excepcional para ver a los lobos marinos, el mar, cangrejos de Sally Lightfoot.

² Ecuador Turístico 2015 <http://www.ecuador-turistico.com/2014/12/10-atracciones-turisticas-de-las-islas-galapagos.html>
Ministerio de Turismo 2016 <http://www.turismo.gob.ec/capacitaciones-en-linea-para-el-sector-turistico-de-galapagos/>

Isla Genovesa

En esta isla, se tiene la oportunidad de mirar a las gaviotas y las miradas de los búhos de patas rojas y orejas cortas, pero en medio de todo esto, lo más interesante es dirigirse al mar y realizar diferentes deportes extremos como el snorkel y kayak a lo largo de la caldera.

Isla Santa Cruz

Santa Cruz es uno de los lugares más importantes para la cría de animales autóctonos en peligro de extinción, por eso, también se establecen Charles Darwin Centro de Investigación y "Solitario Jorge", con una gran cantidad de tortugas raras.

Isla Isabela

En este lugar es posible pasar toda la mañana viendo el baile de los delfines, las ballenas o peces luna y las tortugas marinas son los eventos más raros, también se pueden explorar las cuevas y las lagunas escondidas por el Zodiaco.

Isla Fernandina

La colección más grande de iguanas marinas, cangrejos de Sally Lightfoot y lobos marinos se puede encontrar en Punta Espinosa, con un telón de fondo dramático del volcán.

Isla Floreana

Aquí se puede bucear o ver leones marinos, a lo largo de las aguas de la Isla Floreana, pero también puede visitar la oficina de correos Bay, que cuenta con el espectáculo en el que cada letra es dada directamente por una persona a otra de forma manual, un atractivo internacional reconocido como único en el mundo.

Islas Sombrero Chino

Atracciones del Sombrero Chino, además de volcanes que son similares a un "sombrero chino" es el camino del zodiaco. En este camino hay por lo menos un escenario natural interesante como el volcán, pingüinos, leones marinos y tiburones de arrecife, e igualmente se puede hacer diferentes deportes acuáticos como el kayak y snorkel.

Isla Rábida

La tierra en las montañas de arena volcánica es más probable que sea de color rojo brillante, mientras que la playa en sí más atractivo, en la Isla Rábida, se puede realizar una actividad extrema como el buceo cerca de los lobos marinos de Galápagos.

Principios de la Política de Desarrollo Ecoturístico en Galápagos

Primeramente, se define el término de ecoturismo, “es el viaje responsable a las áreas naturales para conservar el medio ambiente y mejorar el bienestar de las personas locales” (The International Ecotourism Society, 2014).

Por lo tanto, esto quiere decir que los que llevan a cabo actividades de ecoturismo y los que participan en actividades de ecoturismo deberían de seguir los principios que siguen:

Minimizar los impactos, ambientales y sociales.

Aumentar la conciencia y el respeto por el ambiente y la cultura.

Ofrecer experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones.

Ofrecer beneficios financieros directos para la conservación.

Aumentar la sensibilidad de los turistas hacia el país anfitrión en su clima político, cultural y social.

Entonces de acuerdo a los principios planteados se tiene que, Galápagos es el destino ecoturístico más destacado a nivel mundial, gracias a un modelo de desarrollo sostenible del turismo, el cual garantiza la conservación del medio ambiente, la satisfacción plena del visitante y el buen vivir de la comunidad galapagueña.

También se pretende armonizar la conservación del medio ambiente con el desarrollo local, identificando a Galápagos como un destino turístico que se convierta en un referente mundial del ecoturismo.

Puesto que, el ecoturismo en Galápagos incorpora tres conceptos fundamentales:

Conservación.

Buen Vivir (desarrollo y bienestar de la población local).

Calidad (satisfacción de las expectativas del visitante).

El ecoturismo en Galápagos contiene valores primordiales y son los que se detalla a continuación:

Equidad: La actividad turística es sinónimo de igualdad, pues al trabajar en ella tanto hombres como mujeres, jóvenes y adultos, todos tienen derecho a acceder con justicia e igualdad al uso, control y beneficio de la actividad turística en el patrimonio natural y cultural.

Respeto al medio: Esto implica una nueva actitud del ser humano ante la vida y la naturaleza, una visión integral y no disociada que respeta profunda y sinceramente a todos los seres vivientes de la tierra.

Participación / integración: Todos los actores vinculados al turismo de Galápagos participan activamente en la planificación y en la gestión de la actividad turística.

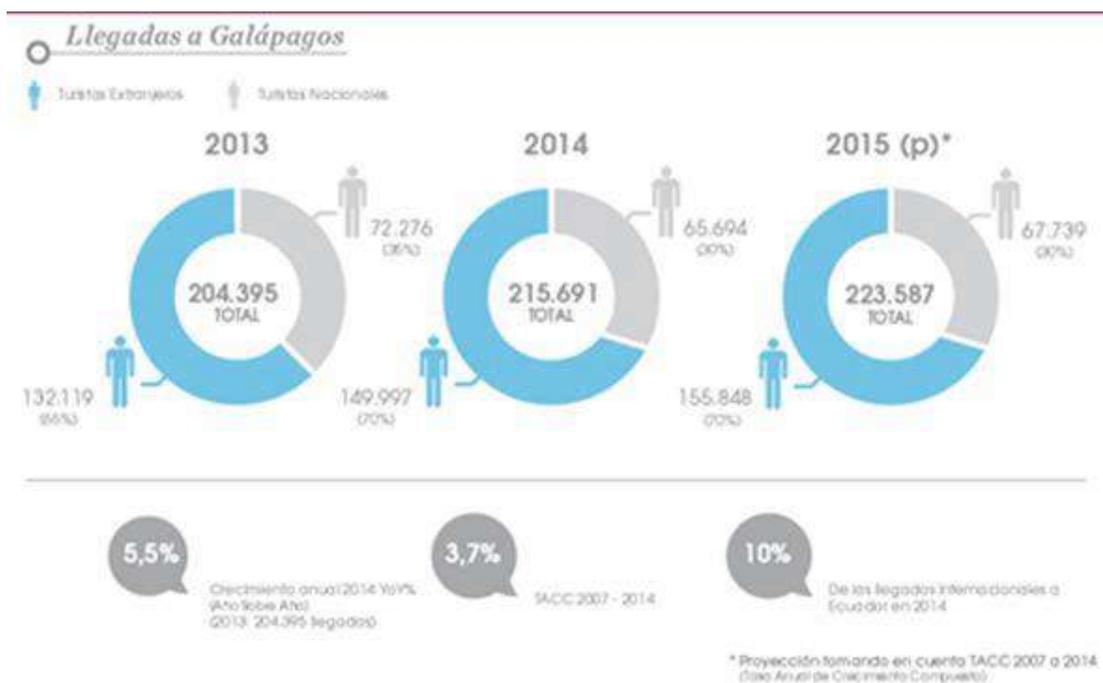
Confianza y cooperación: Se fomenta una relación horizontal entre todos los actores (sectores público, privado, sociedad civil) quienes trabajan coordinadamente para alcanzar un objetivo común, el ecoturismo para Galápagos.

Reinversión: Garantizar que los beneficios generados por la actividad turística estén directamente ligados a actividades de reinversión en el mantenimiento de los recursos que permiten el desarrollo de la misma actividad.

Datos estadísticos de los visitantes extranjeros en las islas Galápagos

Según un informe del Parque Nacional Galápagos (PNG) en Agosto del 2014 tenemos:

Estadísticas de demanda



Fuente: Parque Nacional Galápagos 2014 - 2015

De acuerdo a la gráfica el turismo en las islas Galápagos creció un 6 % en el 2014 con respecto al año 2013 con un total de 215.691 visitantes, de los cuales un 70 % fueron extranjeros (149.997) y de éstos el mayor número eran estadounidenses mientras que el 30% fueron ecuatorianos.

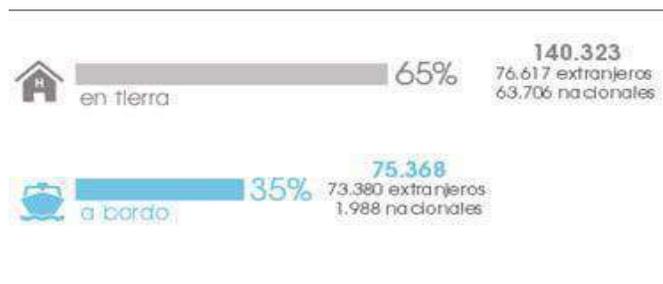
Origen de los visitantes extranjeros a 2014



Fuente: Parque Nacional Galápagos 2014 -2015

En el presente gráfico muestra que los estadounidenses fueron los turistas extranjeros con mayor presencia en las Galápagos durante el año 2014, con un 37 % del total de los visitantes de Estados Unidos, seguido por ciudadanos de Reino Unido con un 8%, Alemania (6%), Canadá (6 %), Australia (5 %), Argentina (4 %)

Tipo de hospedaje



Fuente: Parque Nacional Galápagos 2014-2015

La grafica muestra que el 65 % de los visitantes se hospedó en hoteles u otros establecimientos en las poblaciones de las islas tanto extranjeros como nacionales y un 35 % llegaron en "cruceiros navegables".

Conclusiones

Galápagos posee ventajas comparativas importantes que caracterizan su industria turística como uno de los escenarios más atractivos del mundo. El turismo basado en crucero, ha aprovechado esta situación para desarrollar una infraestructura fuerte para la atracción de visitantes.

Dadas las características del entorno biológico en el que se desarrolla esta actividad y, la sostenibilidad del mismo, Galápagos mantiene un impacto fuerte con respecto al turismo ecológico.

Por lo tanto, las Islas Galapagos son muy reconocidas por los visitantes extranjeros y nacionales; además de acuerdo a los informes del Parque Nacional Galápagos la misma cuenta con personas altamente capacitadas para cuidar la reserva los cuales son guarda parques y el año pasado fue reconocido un guarda parque por su excelente labor por parte del Ministerio del Ambiente tras cumplir 43 años al servicio de la conservación.

Entonces la industria turística local debe enfocarse en brindar un servicio de calidad mundial, bajo esquemas de certificación, de capacitación y bajo un programa de mercadeo enfocado a la atracción de un turista que pueda cumplir sus expectativas.

Galápagos cuenta con un marco legal y con una sociedad estructurada de manera que las visiones de la sociedad como un todo pueden ser alcanzadas siempre que exista un consenso, por lo cual la coordinación entre las diferentes fuerzas es de vital importancia para la preservación del entorno y para el desarrollo económico de sus pobladores.

Las islas galápagos es un lugar muy importante en lo que tiene que ver con la conservación del medio ambiente. Debido a los cambios a manera frecuente, por lo tanto, para el fomento del turismo para el desarrollo sostenible han establecido la creación de programas para el mantenimiento de este tesoro natural.

La belleza natural de las islas, la diversidad, y singularidad de especies que albergan, sus orígenes volcánicos, la dinámica geológica con permanentes cambios y variedad de formaciones, el ser considerado un laboratorio vivo de procesos evolutivos, aun en marcha, juntos al desarrollo de un gran número de especies tanto animales como vegetales que no existen en ningún otro lugar del mundo.

Existen 7214 especies identificadas en Galápagos, se estima que hasta el 86%, de la biodiversidad descritas estarías ya inventariadas. El 30.8% de las especies de Galápagos son endémicas (originaria) a las islas, animales vertebrados, que comprenden a 696 especies, solo el 10% de la biodiversidad marina.

La Reserva Marina de Galápagos es la segunda en superficie y única de aguas abiertas en el mundo. La biomasa de sus aguas es sorprendentemente rica por las corrientes de agua fría que afloran en este sector, sin duda las aguas del archipiélago poseen una interesante fauna marina que aún queda por conocer. Por esta razón las investigaciones científicas del Departamento Técnico del Parque Nacional Galápagos se concentran en el estudio de la biodiversidad marina.

Las nuevas tecnologías permiten bajar a grandes profundidades para observar y recolectar muestras de ecosistemas submarinos de los cuales sabemos muy poco. Las numerosas investigaciones científicas favorecen el descubrimiento de la asombrosa naturaleza de Galápagos.

Bibliografía

Barriga, A. M. (2015). La contradicción del turismo en la conservación y el desarrollo en Galápagos-Ecuador. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(2), 399-413.

Ecuador Turístico 2015 <http://www.ecuador-turistico.com/2014/12/10-atracciones-turisticas-de-las-islas-galapagos.html>

Gobierno., C. d. (2012). Gobierno de Galápagos. Obtenido de gobierno de galapagos: <http://www.gobiernogalapagos.gob.ec/plan-de-desarrollo-y-ordenamiento-territorial/>

Hernández, A. M. S. (2015). SELECCIÓN DE INDICADORES PARA EL MONITOREO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS ISLAS GALÁPAGOS- ECUADOR.

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2010). Obtenido de <http://www.inpc.gob.ec/component/content/article/2-general/22>

Ministerio de Turismo 2016 <http://www.turismo.gob.ec/capacitaciones-en-linea-para-el-sector-turistico-de-galapagos/>

Muñoz Barriga, A. (2014) "Governance and management of tourism in two biosphere reserves: Galapagos and Sumaco". Tesis Doctoral. Ernst-Moritz-Arndt University of Greifswald, Greifswald

PNG & MAE - Parque Nacional Galapagos & Ministerio de Ambiente del Ecuador (2005) "Plan de manejo del Parque Nacional Galápagos". Puerto Ayora, Galápagos

Salvador, M. (2016). Turismo sostenible, un nuevo motor de desarrollo para el Ecuador.

The International Ecotourism Society. (2014). Obtenido de <https://www.ecotourism.org/book/definicion-y-principios-del-ecoturismo>

WTO, & UNWTO. (2004). Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations. Retrieved from <http://www.e-unwto.org/content/X53G07>



LÍNEA TEMÁTICA:

**GESTIÓN DE LAS
RELACIONES
JURÍDICAS**

ISBN: 978-9942-960-07-8

001. EL APORTE HISTÓRICO DE LAS FUENTES DEL DERECHO Y SU INTERRELACIÓN CON LA SOCIEDAD.

Autores:

¹ Dr. Duniesky Alfonso Caveda. P.hd

² Dr. Alejandro A. Domínguez Benavides. P.hd

³ Abg. Carlos Alcívar Trejo. M.D.C,

¹ Contralor Académico de la Universidad Tecnológica ECOTEC

² Catedrático de la Pontificia Universidad Católica Argentina, Facultad de Derecho y Posgrado.

³ Coordinador Académico y Docente de la Facultad de Derecho y Gobernabilidad de la Universidad Tecnológica ECOTEC.

RESUMEN

En el siguiente ensayo se establece como las fuentes del derecho ejerce su relación de ellas con la sociedad, convirtiéndose en un eje transversal de justicia y legalidad de acuerdo a la clasificación de las fuentes del derecho como la ley, la jurisprudencia y la doctrina como firmes fuentes del derecho que dan paso a la creación de ley o norma para regir a la sociedad, ya que la ley expresa de manera tal, que avala y respeta, la costumbre como fuente del derecho, así como la norma como tal que induce al ser a regular sus actos, por tanto consideramos como el iusnaturalismo y el positivismo se fundamentan en las fuentes clásicas del derecho, pero que las mismas dejan de ser clásicas al momento de su interrelación con la sociedad, ya que en un mundo de cambios, el derecho, la ley y la justicia deben ser efectivas acorde a la naturaleza jurídica de cada país.

PALABRAS CLAVES: Fuentes del Derecho, Costumbre, Jurisprudencia, Doctrina. Consuetudinario, Dogmatismo Jurídico

SUMARY

In the following trial, referred to as the sources of the law exerts its relationship of them with society, turning it into a transversal axis of Justice and legality according to the classification of sources of law as the law, jurisprudence and doctrine as strong sources of law that giving way to the creation of law or norm to govern society Since the express law in a way that supports and respects, the custom as a source of law, as well as the standard as such which induces to be to regulate their actions, therefore consider as the iusnaturalismo and positivism are based on classical law sources, but that they cease to be Classic at the time of their interrelation with society , in a world of change, the law, the law and justice must be effective according to the legal nature of each country.

KEYWORDS: Sources of law, custom, case law and doctrine. Customary legal dogmatism.

I. Introducción

Desde una perspectiva histórico-institucional de las fuentes del derecho¹ encontramos que en Occidente existen dos sistemas jurídicos principales: el del common law y el europeo continental, también conocido como romano germánico.

La consecuencia práctica de esa dicotomía respecto del sistema de fuentes es que, dependiendo del modelo constitucional en el que se inscriba un determinado territorio, las formas de producción del derecho serán distintas; los procedimientos normativos serán diversos; y sobre todo, la forma externa de las normas jurídicas será diferente.

El derecho está compuesto por un conjunto de normas que constituyen el ordenamiento jurídico; en el ensayo veremos cómo surge el derecho, existen fuentes materiales, es decir acontecimientos económicos, sociales, culturales que llevan a la creación de una norma, y la fuente formal se produce en sí del derecho.

El carácter figurado y metafórico de la expresión fuentes del Derecho es algo que torna problemática y oscura esta categoría central de la Teoría Fundamental del Derecho²

Ante este estado de cosas la tarea de la Teoría fundamental del derecho debe orientarse fundamentalmente a una revisión conceptual que proporcione a las ideas precisión, fijeza y claridad, dotando al lenguaje jurídico de la coherencia, de la claridad y del rigor que exige el pensamiento científico.³

El derecho es un producto histórico, por lo que las normas aparecen y cambian a lo largo del tiempo, evolucionan y se transforman al compás de los acontecimientos, las ideologías o las circunstancias sociales. Por tanto podemos afirmar que el derecho en su desarrollo histórico, se nutre de las fuentes y su interrelación social.

¹ Como es conocido, en la dogmática jurídica general se han construido por lo menos cuatro grandes enfoques sobre el concepto de fuentes del derecho: el enfoque social o sociológico, el enfoque justificativo o valorativo; el enfoque formalista y por último el enfoque histórico-institucional. En este trabajo consideraremos una concepción de fuentes del derecho construida a partir de un modelo que mezcla el enfoque histórico institucional y el sociológico y en consecuencia, negamos de plano la posibilidad de que el problema de las fuentes del derecho sea un problema exclusivamente interno al orden jurídico como piensan los juristas formados en el normativismo positivista. Un estudio del origen de las normas jurídicas desde la perspectiva interna o sistemática se puede encontrar en Aguiló, J. Teoría General de las Fuentes del Derecho. Barcelona, Editorial Ariel, 2000.

² Cfr. JOSÉ CASTÁN TOBEÑAS: «Orientaciones modernas en materias de fuentes del derecho privado positivo», en Libro homenaje al profesor don Felipe Clemente de Diego, Madrid 1940, pag. 116.

³ Cfr. NORBERTO BOBBIO: Teoría della Scienza giuridica, G. Glappichelli, Ed. Torino, 1950, p. 215. Véanse las pp. 215 y 216; MICHEL VIIÉY: Philosophie du drtyit, t. I, Ed. Dalloz, París, 1975, p. 30.

II.- Métodos:

El objetivo principal del artículo es conocer la importancia y relevancia que tiene el derecho consuetudinario como fuente del derecho y su relación con la sociedad.

Este objetivo se concretó en los siguientes objetivos específicos: Reconocer la importancia de las fuentes del derecho, las cuales se nutre el derecho y la ley, lo que permitirá darles un mejor enfoque a la dogmática jurídica en los estudiantes, pre-profesionales.

Analizar el uso de las fuentes del derecho en su aplicación social vista desde el enfoque histórico según varios autores.

Fuentes Del Derecho:

Según Bobbio las fuentes del derecho consisten en los «actos o hechos a los que ligamos el nacimiento, la modificación o la extinción de una norma jurídica».⁴

Hablamos de las fuentes materiales que son las de carácter económico, social, político, y también religiosos, ocurridos en la comunidad que los recoge el derecho y las fuentes formales.

La palabra fuente, en sentido amplio, significa el lugar de donde mana una cosa, esto es, la razón primitiva de cualquier idea, por lo que aplicada tal expresión al Derecho implica tanto como averiguar el origen de éste. Por consiguiente, fuentes del Derecho, sea público o privado, son todas las causas capaces de originarlo.

Fuente como origen del “Derecho” (acepción clásica con la Escuela Histórica del Derecho con los trabajos de SAVIGNY).-De donde procede el Derecho: Ley, costumbre, y principios generales del derecho.

Fuente del “Ordenamiento Jurídico” en el sentido actual, como producción y aplicación de las normas, acepción debida a HANSKELSEN.-

Entiende por fuente a las distintas categorías normativas: Ley orgánica, Ley ordinaria, Real Decreto, etc.⁵

Para la teoría formal de las fuentes del derecho, son fuentes los actos autorizados por una norma jurídica del sistema para producir, innovar o derogar el derecho vigente. Esta es la concepción iniciada por Merkl en sus Prolegómenos de una teoría de la construcción escalonada del derecho (1931). Kelsen, cuya teoría del derecho para entonces se encontraba atrapada en una concepción estática del fenómeno jurídico, introdujo a su teoría la concepción dinámica de su «querido alumno»³, en que se mantuvo desde la primera edición de su Teoría pura del derecho (1934).

⁴ «Filosofía del dirltto e Teoría générale del diritto», en el vol. Studi sulla Teoría générale del diritto, G. Giappichelli, Ed. Torino, 1955, p. 35. Cfr. Teoría dell'ordinamento giuridico, G. Giappichelli, E. Torino, 1960, p. 35. Véanse las pp. 334 y ss. ⁵ INTRODUCCIÓN AL DERECHO. Agustín Villalba Zabala. Universidad de Cantabria.

Para Merkl, el análisis estructural del fenómeno jurídico puede hacerse según el contenido de las normas o según su fuente de producción (forma). A diferencia de las formas, los contenidos en el derecho son inagotables. En cambio, sostiene, hay una «economía de la forma», ya que con vasta que fuese la multiplicidad de formas, frente a la diversidad de su contenido siempre tendrá un límite cierto. De ahí su fórmula: «la forma es finita, el contenido infinito»⁶

- **Concepto de fuente del Derecho**

Podemos encontrar distintos conceptos y categorías de las fuentes del derecho, algunos más amplios, otros más restrictivos, que como ya se ha señalado dependerán de las formas y modelos asumidos por los distintos ordenamientos jurídicos. Así, son varias las definiciones y mayor aún los criterios de clasificación que encontramos. Revisaremos algunos de ellos, para delimitar la respuesta a la pregunta de qué se entiende por fuente del derecho. El concepto de fuente del derecho, en un sentido técnico y de dogmática jurídica, se refiere especialmente a los orígenes próximos del derecho, a la elaboración o producción de las reglas que contienen la modelación jurídica de las relaciones de la vida social⁹ y en este sentido más específicamente las que tengan virtud bastante para producir una nueva regla jurídica, y en tal respecto obligatoria para todos los asociados¹⁰ que comparten la vida en común en un tiempo y lugar determinado, de manera de regirse por ciertos límites -deber ser- que la sociedad misma considera necesaria para su buen funcionamiento y para el mantenimiento de la paz social. La consideración de la fuente del derecho reside en principio, en palabras de López Calera, en "quién o quiénes están autorizados dentro de un sistema jurídico, para crear derecho y a cuál o cuáles son las formas que adopta el derecho"⁷

Las fuentes del Derecho Romano, sobre todo las de Época Clásica, según la terminología de los Romanistas, aquella que abarca aproximadamente desde el 130 a.C. al 230 d.C. Y no se trata sólo de una impresión, al socaire de los más recientes hallazgos. Basten los últimos Congresos Internacionales de Epigrafía.⁸

El derecho consuetudinaria tuvo en Indias una fuerza legal reconocida en muchos casos, aun cuando el texto expreso de la Ley de Toro (que se mandaba observar en defecto de la legislación de Indias) mandaba que los ordenamientos y pragmáticas debían aplicarse sin poderse alegar

⁶ Cit. por MAYER, Heinz; en ob. cit. en nota al pie 3 p. 65

⁷ LÓPEZ (2000) p. 60.

⁸ M. Mayer, "La epigrafía de Hispania del último cuarto de siglo", en M. Christol y O. Masson, Actes du Xe Congrès

International d'Épigraphie Grecque et Latine, Nîmes, 4-9 octobre 1992, París, pp.431-437 y 449-460 y F. Beltrán Lloris, "Inscripciones sobre bronce: un rasgo característico de la cultura epigráfica de las ciudades hispanas", XI Congresso Internazionale di Epigrafia Greca e Latina, Roma, 18-24 settembre 1997, Roma, en curso de publicación.

"que na son usadas e guardadas"⁹

Para Zorraquín Becú cree que los hechos históricos, que fueron derecho, conservan un contenido jurídico, no desde el punto de vista de su primitiva esencia que ha desaparecido, sino en cuanto forman parte de un proceso histórico dentro del cual fueron derecho.

III.- Clasificación De Las Fuentes Del Derecho

Las fuentes del Derecho se clasifican en:

1. Fuentes Históricas
2. Fuentes Reales.
3. Fuentes Formales.

- **Fuentes Históricas**

Son documentos históricos que hablan o se refieren al Derecho. En la antigüedad estos documentos eran muy diversos (papiros, pergaminos, tablillas de arcilla en las que algunos pueblos estampaban sus leyes y contratos). Se refiere a las fuentes jurídicas según su aplicación en el tiempo. Serán vigentes las fuentes positivas actuales que no han sido derogados por otra ley o el reglamento que no ha sido substituido por otro.

Serán históricas las fuentes que han perdido su vigencia y se sitúan en la historia del Derecho Positivo. Es el caso de la recordada Ley de Hidrocarburos de 1945. También del Hábeas Iuris Civile, compilación Justiniana de la cual arrancan importantes instituciones jurídicas que han tomado desarrollo a través de los siglos.

⁹ Las Leyes IV, V y VI, tit. II de la Partida, se ocupan de la costumbre y sus maneras. Berni admite que la costumbre

"o es interpretativa de la Ley o contra la Ley o no habiendo Ley" (Apuntamientos sobre las leyes de Partida, I, pag.

23, Valencia, ,1739} . "La .costumbre que interpreta la Ley no, requiere noticia del Príncipe y no puede extenderse

de caso a caso ni de lugar a lugar" ~agrega el autor citado. Se admite que en ausencia de Ley la costumbre tiene fuerza de tal, y Bovadilla afirmaba que la costumbre "hacer callar las leyes y Reescritos de; los príncipes", concluyendo que en que "se había de juzgar por la costumbre si la Ley no tuviera clausula derogatoria",

y en caso que la tenga, se entiende derogar la costumbre pasada, pero no la futura, y que esta, por introducir, porque esta tiene fuerza de derogar la Ley, según to dispone una Ley tiene partida, que dice así : "e atut ha pocirrio tnuy graude que puede tirar las Leyes antiguas, que fuesen fecha, antes . que ella." (Política para corregidores, cit., lib. I .II, cap. VIII, num . 195 y: 196.)

- **Fuentes Reales**

Son los problemas que surgen de la realidad histórica de cada pueblo y que son regulados por el Derecho. Por ejemplo en Venezuela, la aparición de la riqueza petrolera a principios de este siglo fue la "fuente Real "de las leyes de hidrocarburos que fue dictada en1910 (ya derogada).

- **Fuentes Formales**

Se definen por ser "aquellos hechos o actos a los cuales se les atribuye una específica aptitud para crear normas jurídicas. Se considera que las fuentes formales son las mismas directas. Pero, se les da esta denominación pretendiendo aludir a dos aspectos:

A la fuerza o poder creador, por ejemplo: El Poder Legislativo.

A la forma misma de la creación de ese poder, en el ejemplo: La ley. Para algunos tratadistas solamente la ley es fuente formal del Derecho ¹⁰

Para otros, las fuentes formales son únicamente: La ley y la costumbre. Este sector doctrinal ha logrado imponer dicha opinión, no obstante, que de acuerdo con la definición, serian también formales: La doctrina y la jurisprudencia. La primera, que es la obra de los estudiosos y la segunda, que es el producto del trabajo en los tribunales.

Las Fuentes Del Derecho En El Modelo Constitucional Continental Clásico

El modelo constitucional francés, también conocido como modelo constitucional continental, está indisolublemente asociado y remite a dos conceptos jurídicos muy conocidos en el derecho liberal: Estado de derecho y a la primacía de la ley frente a la administración, la jurisdicción y los propios ciudadanos.¹¹

Si nos detenemos en el sistema de fuentes del Estado de derecho tenemos que todo él gira alrededor de la ley como acto normativo supremo e irresistible al que no le es oponible un derecho más fuerte cualquiera sea su forma o fundamento.

En la Edad Contemporánea tenemos diferentes modelos del proceso de desarrollo y consolidación de la legislación como fuente principal del derecho, los siguientes:

a) El Estado democrático de derecho, asentado sobre los siguientes supuestos:

— El racionalismo, entendido como fe absoluta en la capacidad de la razón para encontrar y formular el orden más justo y conveniente para la vida social.

— El individualismo, que parte de una concepción abstracta del hombre, al margen de toda consideración de signo histórico, sociológico, etc., y exalta, fundamentalmente,

¹⁰ Aguilar Gorrondona. Derecho Civil, Personas, 4ta.Edición, Universidad Católica Andrés Bello.

¹¹ Zagrebelsky, G. El derecho dúctil. Madrid, Editorial Trotta, 1995, p. 24.

los valores de la libertad, de la igualdad de los hombres y de la seguridad, valores que, desde distintos supuestos, van a influir e impulsar el proceso de abstracción y generalización de la norma jurídica significado por la ley como forma fundamental de manifestarse el derecho.¹²

IV.- La Ley

La acepción ley, que se originó en la latina ligare (enlazar, obligar), en un sentido amplio se refiere a todo dictamen que exprese relaciones generalizadas entre fenómenos de distinta índole pudiendo ser aplicada a distintas voces

Esta es una de las fuentes más importantes del derecho en cuanto emana de un órgano integrado. Desde un ángulo filosófico-jurídico, la ley se entiende como "toda ordenación racional, encaminada al bien común, promulgada por el que tiene el cuidado de la comunidad" (Santo Tomás de Aquino). En una perspectiva netamente jurídica, la definición de ley está contenida en el Código Civil que señala: **"la ley es una declaración de voluntad soberana que manifestada en la forma prescrita por la Constitución, ¹³manda, prohíbe y permite"**. En suma, por ley hemos de entender aquella regla de carácter obligatorio, emanada de la autoridad (Congreso) con arreglo a la Constitución, y cuyo cumplimiento puede obtenerse por medios coactivos.

Es enorme la importancia que tiene tanto para la sociedad como para el individuo en particular. Porque "las opresiones serían incalculables y la sociedad caería por sus cimientos." Por eso, cuando los pueblos poseen una legislación de contextura seria alcanzan las más altas cumbres de la civilidad. Por el contrario, cuando ellos están regidos por una legislación precaria se postran en la barbarie, puesto que ven debilitadas sus energías.

Cuando la referencia es a la ley normativa, su significado está relacionado con los comportamientos humanos que se califican como debidos, presuponiendo la libertad de su cumplimiento, distinguiéndose entre las morales y las jurídicas, siendo estas últimas generales y abstractas.

La "ley" como encarnación paradigmática de la voluntad general será la manifestación normativa por antonomasia.

La conversión de la ley en fundamento y límite del ordenamiento supone la reducción del derecho a la ley y la sumisión a ella de todas las demás fuentes, lo que significa que en este modelo esta no está sujeta a ninguna norma superior. Todas las materias son susceptibles de regulación legal, es decir que la ley puede tener cualquier contenido, puesto que es omnipotente.

¹² El desarrollo de estas ideas puede verse en mi artículo «Significación y límites del carácter general y abstracto de la norma jurídica», en el vol. Filosofía y Derecho (Estudios en honor del profesor José Corts Grau), t. II, Secretariado de Publicaciones, Universidad de Valencia, Valencia, 1977, pp. 7 y ss.

¹³ Código civil del Ecuador.

El Parlamento en ejercicio de su potestad legislativa puede abordar cualquier asunto, de tal suerte que no existen límites derivados de instituciones superiores.

La expresión de voluntad del poder soberano es la ley lo cual significa que todos los asuntos son susceptibles de desarrollo legal, pues el principio de legalidad es entendido formalmente.¹⁴

El normativo, a través del cual se regulan las conductas de la sociedad, una norma, con su significado en la vida social, es una regla de conducta, una determinación de lo que se debe hacer, o no hacer o, lo que puede ser hecho alternativamente.¹⁵

Clasificación De La Ley

En sentido material y formal:

- Esta diversificación en material y formal se particulariza por observar cuál es el contenido de la ley y cuál el origen de la misma.
- Material es toda norma general y obligatoria, emanada de autoridad competente.
- Formal es toda norma emanada desde el congreso conforme al mecanismo constitucionalmente determinado.

La Costumbre

Es una norma que no emana de la manifestación de voluntad de un órgano determinado, esto es, nadie la dicta, sino que es el resultado de un simple comportamiento uniforme y constante, practicado con la convicción que corresponde a una obligación jurídica. Su valor en nuestro ordenamiento depende de su conformidad o disconformidad con la ley, del valor que ésta pueda atribuirle en determinados casos y de la materia en que puede ser invocada. Por ejemplo, en materia comercial se admite que determinados asuntos sean resueltos conforme a la costumbre.

La costumbre en fuente de derecho, ya que ella está ligada a los usos sociales, algunos están considerados por la ley y otros se crean a partir de los actos repetitivos de la costumbre de la sociedad.

Según carlos ducchi ***“la costumbre es anterior y determina el origen de la ley, ya que una norma jurídica no se crea espontáneamente sino que estudia el uso consuetudinario, social. La ley no se hace sino recoge la costumbre y darle fuerza fijeza, claridad y obligatoriedad”***¹⁶

¹⁴ Sierra, H. Concepto y tipos de ley en la Constitución. Bogotá, Universidad Externado de Colombia, 2001, pp. 93 a 96.

¹⁵ Ver Diego Cañizares, Fernando. Teoría del Estado. Editorial Pueblo y Educación, Ministerio de Educación Superior 1979, página 59

¹⁶ Ducci Carlos, derecho civil parte general, editorial jurídica de chile, Santiago, pag. 100

Para que una costumbre se convierta en norma o ley debe de tener actores repetitivos colectivos que afecten o favorezcan en forma colectiva es decir un grupo grande de personas a las que les afecte la costumbre no regulada, a eso agregamos que no toda costumbre es fuente de derecho por lo que debe de tener fuerza para creer que se debe formar y crear ley.¹⁷

Clasificación De La Costumbre

Existen varias clasificaciones de la costumbre fundadas en diversos factores:

Según el lugar donde rige Según el espacio físico donde se aplica y rige la costumbre podemos distinguir:

- a) Costumbre Internacional: esta costumbre es aquella que rige en el mundo entero o en una parte de él. La costumbre es una importante fuente de derecho internacional público.
- b) Costumbre Nacional: es aquella que rige dentro del territorio de un estado. Su valor dependerá de la rama del derecho en cuestión. En Chile tiene un valor bastante disminuido.
- c) Costumbre Local: es aquella que rige en una parte determinada de un estado. Puede tener aplicación en materia de ley indígena.

Según Su Relación Con La Ley

La ley es la fuente preponderante y regula a las demás fuentes formales del derecho. Por eso se relaciona la ley con la costumbre de la siguiente manera:

- a) Costumbre según la ley: ésta es aquella que tiene valor sólo cuando la ley se remite a ella. En otras palabras, es la ley la que otorga valor a la costumbre en casos concretos. Fuera de ellos, la costumbre carece de valor. Es el método empleado en el Código Civil. Ejemplo: Arts. 2, 1546, 1944 inc. 2, 1823 inc. 2, todos del Código Civil. También entra dentro de este concepto la costumbre interpretativa, que consiste en que la ley permite ser interpretada por la costumbre; por ejemplo, el Art. 21 del Código Civil y el Art. 6 del Código de Comercio.
- b) Costumbre fuera de la ley: es aquella que es utilizada para llenar vacíos o lagunas legales; es decir la ley permite ser integrada por la costumbre. La costumbre fuera de la ley nunca se opone a ésta, ya que regula materias no reguladas por la ley. Por ejemplo, el Art. 4 del Código de Comercio que se encuentra relacionado con el Art. 825 del mismo Código, sobre materias marítimas.

¹⁷ <http://tareasderecho.blogspot.com/2011/08/clasificacion-de-fuentes-del-derecho.htm>

- c) Costumbre contra la ley: es aquella que se opone a lo prescrito por ley; es decir, le quita eficacia a las normas legales y la hace caer en desuso. En Chile, este tipo de costumbre no tiene cabida, por lo tanto, no le quita validez a la ley. No le concede valor derogatorio a la costumbre. La costumbre en contra de la ley implica una infracción masiva y prolongada a la norma legal. Este tema se relaciona con la validez y eficacia de las normas jurídicas.¹⁸

La costumbre comienza a tener importancia cuando la ley la reconoce y por lo tanto le da fuerza obligatoria.

Código civil Ecuatoriano

Art. 2.- *La costumbre no constituye derecho sino en los casos en que la ley se remite a ella.*¹⁹

V.- La Jurisprudencia.- Concepto De Jurisprudencia

No es objeto de este trabajo hacer un estudio etimológico o histórico del término "jurisprudencia". Ello implicaría iniciar con el significado propiamente tal de iuris prudentia y seguir el modo de operar de ésta desde el sistema del derecho romano clásico hasta la actualidad. Lo anterior excede con creces nuestras pretensiones. Fijaremos, por tanto, un concepto de jurisprudencia que nos permita analizar su labor dentro del marco de las fuentes del derecho en el mundo jurídico actual, preferentemente occidental.²⁰

Se afirma que la jurisprudencia debe ser considerada fuente directa del derecho. Entre quienes mantienen esta postura, existe la discusión en tanto en cuál sería el fundamento de la fuerza obligatoria que ésta tendría, especialmente, en la medida que se relacione con otras fuentes de derecho. Algunos de los argumentos propuestos son los siguientes:

La Jurisprudencia como costumbre Un primer fundamento lo encontramos en quienes sostienen que se debe asimilar ésta a la costumbre, ya sea como una subclase de costumbre o derechamente como una especie de derecho consuetudinario. La importancia de la labor de la jurisprudencia judicial radica en la dictación de sentencias en los casos concretos. Las decisiones de casos análogos o idénticos tienden a modelarse, hasta fijarse en determinada cuestión. Para Colín y Capiñán, a partir de ese instante fijador, es como una disposición nueva de un derecho consuetudinario y práctico que brota a la vida¹⁷. De manera que aunque no se trate de precedentes vinculantes para los jueces, como

¹⁸ <http://derechomx.blogspot.com/2012/04/clasificaciones-de-la-costumbre.html>

¹⁹ Código civil del Ecuador

²⁰ LA JURISPRUDENCIA COMO FUENTE DEL DERECHO: El papel de la jurisprudencia* CAROLINA SCHIELE MANZOR

los del derecho de la Common Law o el judicial inglés, éstos los inspiran de un modo fatal. El derecho judicial adquiere reconocimiento ante la repetición de sus sentencias, y siendo una forma consuetudinaria de derecho tendrá características particulares. No se llamará jurisprudencia, sino a aquella aplicación del derecho repetida y constante, uniforme y coherente, por tal modo que revele un criterio y pauta general, un hábito y modo constante de interpretar y de aplicar las normas jurídicas. En el mismo sentido ha reconocido a la jurisprudencia, en cuanto a norma jurídica, De Buen, una subclase de derecho consuetudinario, que tiene, sin embargo, características propias, que le singularizan, hasta justificar que se le considere como una norma sustantiva²⁰. Así aquellas sentencias 17 COLÍN Y CAPITÁN! {1952) p.

62. 18 COLÍN Y CAPITANT {1952) p. 63. 19 CLEMENTE DE DIEGO (1959) p. 120. 20 DE BUEN (1932) p. 330. 185 CAROLINA SCHIELC MANZOR constantes y uniformes que emanan de los Tribunales Superiores cía Justicia, que han resuelto con un mismo criterio los casos similares que han llegado a su conocimiento, y esta decisión tiene la fuerza de derecho consuetudinario.

Para Clemente de Diego no consiste simplemente en el conocimiento teórico y en la combinación abstracta de las reglas y principios del Derecho, sino también, y sobre todo, "en el arte bien difícil de aplicar el derecho al hecho, es decir, de poner la ley en acción, de restringir o extender su aplicación a las innumerables cuestiones surgidas en el choque de los intereses y en la variedad de las relaciones sociales"²¹

- **Los Principios Jurídicos En La Jurisprudencia**

Hay quienes encuentran la fuerza obligatoria de la jurisprudencia en la aplicación que ésta hace de los principios jurídicos. Se ha pronunciado en ese sentido también De Buen, quien cree que la interpretación hecha por el Tribunal Supremo Español de los principios generales del derecho se asimila a la doctrina legal, y como tal mantiene el carácter de fuente del derecho español. ²²Para esta doctrina ni la ley ni los códigos tienen la completitud necesaria para dar la solución precisa a la totalidad de los casos prácticos que llegan a su conocimiento. Se producen las lagunas legales y la pauta que han de seguir los jueces para llenarlas es la que les presentan los principios jurídicos. Para esta tesis positiva ve en la aplicación de los principios jurídicos la jurisprudencia. En este único sentido ve Gastan Tobeñas la jurisprudencia en cuanto a fuente del derecho. Este autor, que considera que la creación del derecho incumbe a la sociedad (costumbre) y a los órganos oficiales encargados de esta misión (ley), nos señala: "Por otra parte, el sentido dado por el Tribunal

²¹ Clemente de Diego (1925) p. 49.

²² 1 DE BUEN (1932) p. 334

Supremo a los principios generales del derecho equivale a confundirlos e identificarlos con la antigua doctrina legal, y, por ende, a facilitar a la jurisprudencia un camino para volver a ingresar en la categoría de las fuentes directas"²³

La jurisprudencia se crea a partir de que una ley no sea clara o no haya ley para juzgar y se requiera de una fuente, se convierte en jurisprudencia puede ser de juzgamientos anteriores.

La *jurisprudencia* es el conjunto de los fallos de los tribunales judiciales que sirven de precedentes. Todas las sentencias conforman la jurisprudencia, aunque no es una fuente obligatoria de derecho.²⁴

VI.- Las Fuentes Del Derecho Y Su Interrelación Con La Sociedad:

Se aduce que las fuentes tradicionales no toman en cuenta las cambiantes realidades y necesidades políticas, sociales y económicas de la sociedad y, por ende, que son un elemento de estratificación que impide la realización de un mundo mejor.²⁵

Por tanto de acuerdo con la tradición continental del derecho internacional estas escuelas se han identificado como la del "objectivisme juridique" y la del "positivisme volontariste".²⁶

La doctrina

Una doctrina es un conjunto de ideas o creencias que se dan por ciertos y que se inculcan mediante la enseñanza (adoctrinar / catecismo o doctrina cristiana).

Se llama doctrina al conjunto de obras y de comentarios que elaboran los profesores y publicistas sobre los códigos, los textos legales y los problemas jurídicos en general.

La doctrina tiene importancia como fuente de conocimiento del Derecho, pues es el medio más útil para conocer y estudiar los regímenes jurídicos de los de los distintos países.

La doctrina desempeña un papel fundamental en la elaboración, el desarrollo progresivo y la reforma del derecho, por medio de sus enseñanzas y sus obras, a través de la formación de los juristas que serán futuros legisladores y jueces. La labor del jurista no es la de mero expositor del Derecho vigente, sino que sugiere cómo debiera ser, lo critica, opina y toma posición sobre su justicia y su acierto.

²³ GASTAN TOBEÑAS (1930) pp. 26-28.

²⁴

<http://www.hispanoteca.eu/Foro-preguntas/ARCHIVO-Foro/Jurisprudencia-doctrina%20jur%C3%ADdica.htm>

²⁵ Pellet, supra nota 2, en 355.

²⁶ Oscar Schachter, International Law in Theory and Practice, 1991, Capítulo III, en 35-37

La sociología en este sentido estudia los grupos o sistemas humanos, desde grupos reducidos, como puede ser la familia, pequeñas organizaciones sociales y hasta grandes extensiones de esta. Este desarrollo lo ha llevado a cabo una corriente funcional¹⁶ de la sociología guiada principalmente por Parsons. Sobre otra concepción de conceptos de sistemas; recae el sistema entendido como conjunto de elementos en relación¹⁷, lo cual es defendido desde las teorías de sistemas, que defienden que este, se observa como un complejo de elementos que interactúan y se relacionan, siendo determinante la relación con el entorno para definir la caracterización del sistema, ya que se define según lo haga el propio entorno.

En nuestro país la doctrina desempeña también el papel de fuente de producción, cuando se encuentran lagunas en el orden jurídico, en el proceso de integración de las mismas. Un artículo del Código Civil remite, entre otras fuentes de producción, a las doctrinas más recibidas, para dar solución a los casos no previstos.

La doctrina no es actualmente de carácter obligatorio, en la historia existieron tres momentos en los cuales esta doctrina adquirió fuerza de ley.

- *El primer momento es en roma con la institución del IUS PUBLICE RES´ PONDENDI*
- *El segundo con Justiniano en el digesto o pandectas*
- *El tercero es cuando la opinión de los juristas adquirió fuerza obligatoria en España el año 1499*

El Derecho no es “norma y solo norma” como afirmara en su Teoría Pura del Derecho HansKelsen²⁷.

El Derecho es un fenómeno social y un elemento de la realidad de ésta y no es sólo normatividad posterior, sino que constituye también una parte contextual donde se aplica, que a la vez que nace de la sociedad la condiciona, la moldea. La propia interacción antes enunciada hace que el Derecho también se manifieste como impulsor de transformaciones y asista al cambio social estimulándolo, como guía del futuro quehacer o instrumento de cambio²⁸, lo que le hace aparecer como un fenómeno pre-social independiente y anterior a la realidad, aún sin serlo. Esta posición del Derecho como instrument del cambio social ha sido

²⁷ Hans Kelsen. Teoría Pura del Derecho, Edit. ... Madrid, 1934, pág.33.

²⁸ Ver María José Añón: Derecho y Sociedad , trabajo publicado en Introducción a la Teoría del Derecho, Colectivo de autores, Editorial Félix Varela, La Habana 2006, pág.82

defendida por diversos autores, Rudolf Stamoni, María José Añón, Roscoe Pound, Julius Stone entre otros.²⁹

Como lo plantea Giner: la sociedad como conjunto constituiría una gran estructura, un sistema compuesto de otras estructuras o subsistemas. Por estructura, cabe entender lo que él mismo ilustra como conjunto, relativamente estable, de las interrelaciones de las diversas partes y la organización o distribución de esas partes según un orden dinámico.³⁰

La que considera que la misión principal del Derecho es justamente la de integración, considerando como tal que el Derecho viene a establecer, esencialmente, el orden social o, como lo presenta Añón, “el Derecho se caracterizaría porque sus normas servirían para resolver los conflictos una vez que se hayan producido”³¹

Así, desde la noción iusnaturalista³², la cual en su inicio fue espontánea, y posteriormente racional, desarrollándose desde el mundo greco latino hasta finales del siglo XVIII, aún con sus modificaciones antológicamente desmembraba al Derecho, lo hacía víctima de una dicotomía, de un desdoblamiento que en efecto, al considerar que además del Derecho positivo había otro Derecho Natural, asumía al Derecho como verdad absoluta u ontológica como doble Derecho, lo cual no llega a ser cierto desde una visión netamente positivista teniendo en cuenta las conclusiones más radicales de Kelsen cuando plantea: que el Derecho es solo estructuración de las normas positiva; es sólo derecho positivo, independiente de cualquier contenido moral y menos dependiente de un supuesto derecho natural³³. Por su parte, el propio Kelsen desde el positivismo jurídico, y en especial desde el normativismo, reafirma el planteamiento anterior diciendo que “es la norma jurídica el centro de atención y el único contenido del Derecho”. En contraposición con las anteriores, también se desarrollaron nociones sociológicas que defendieron el origen social del Derecho y su construcción judicial, diferente de la voluntad expresada en Leyes.³⁴

²⁹ Ver Diego Cañizares, Fernando: Citando a Pirov en Teoría del Derecho, Editorial Pueblo y Educación, Ministerio de Educación Superior 1979, páginas 45-46

³⁰ Giner, S. Sociología, Barcelona, Ediciones 62. Año 1976

³¹ Añón María José. Funciones del Derecho. En Introducción a la Teoría del Derecho. Ed. Cit. Pág. 120 y siguiente.

³² Kant admitió el Derecho como una doctrina sistemática que se dividía en un derecho natural que descansaba en

juicios a priori y otro positivo o estatuario que procedía de la voluntad del legislador, estando su teoría en una situación de iusnaturalismo puente, en cuanto sigue la línea básica de todo el iusnaturalismo anterior, pero incorporando de forma paralela un nuevo sentido a su filosofía inmanentista. Ver Fernández Bulté, Julio: citando a Kant, Filosofía del Derecho, Editorial Félix Varela, La Habana, 2005, pág. 122, párrafo primero.

³³ Ver Fernández Bulté citando a Kelsen: ob. Cit., pág. 185. Párrafo segundo.

³⁴ Duguit reconoció la existencia de un Derecho objetivo superior al Estado mismo y determinado por causas sociológicas: el origen del el origen del Derecho se encontraba en la conciencia jurídica colectiva, por lo que el Derecho positivo no merecía respeto si entraba en conflicto con el ideal colectivo de justicia. DUGUIT, L.

Tal como señala Schachter, la diferencia entre normas, principios y políticas u objetivos, no radica en que estos tengan un mayor o menor compromiso con los valores, ya que el derecho es normalmente una expresión de la política y cumple sus objetivos.³⁵

VII.- Análisis Legal: Constitución del Ecuador.-

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes.
8. Garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral y a vivir en una sociedad democrática y libre de corrupción.

Art. 6.- Todas las ecuatorianas y los ecuatorianos son ciudadanos y gozarán de los derechos establecidos en la Constitución.

La nacionalidad ecuatoriana es el vínculo jurídico político de las personas con el Estado, sin perjuicio de su pertenencia a alguna de las nacionalidades indígenas que coexisten en el Ecuador plurinacional.

Art. 11.- El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios:

1. Los derechos se podrán ejercer, promover y exigir de forma individual o colectiva ante las autoridades competentes; estas autoridades garantizarán su cumplimiento.
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, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el

Droit Constitutionnel. (2da edic- 3 volúmenes). Ancienne Librairie Fontemoing Ed., Paris, 1921, Tome premier, Pag. 92-93: "Il peut même arriver un moment ou la disposition positive est si manifestement en contradiction avec la conscience juridique d'une époque qu'on ne peut plus prétendre qu'elle s'impose comme limite aux juges et á l'administrateur"

³⁵ Schachter, supra nota 1, Capítulo II, en 18-23.

reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La ley sancionará toda forma de discriminación.

TÍTULO IX

Supremacía De La Constitución. Capítulo primero. Principios

Art. 424.- La Constitución es la norma suprema y prevalece sobre cualquier otra del ordenamiento jurídico. Las normas y los actos del poder público deberán mantener conformidad con las disposiciones constitucionales; en caso contrario carecerán de eficacia jurídica.

La Constitución y los tratados internacionales de derechos humanos ratificados por el Estado que reconozcan derechos más favorables a los contenidos en la Constitución, prevalecerán sobre cualquier otra norma jurídica o acto del poder público.

Art. 425.- El orden jerárquico de aplicación de las normas será el siguiente: La Constitución; los tratados y convenios internacionales; las leyes orgánicas; las leyes ordinarias; las normas regionales y las ordenanzas distritales; los decretos y reglamentos; las ordenanzas; los acuerdos y las resoluciones; y los demás actos y decisiones de los poderes públicos.

En caso de conflicto entre normas de distinta jerarquía, la Corte Constitucional, las juezas y jueces, autoridades administrativas y servidoras y servidores públicos, lo resolverán mediante la aplicación de la norma jerárquica superior.

La jerarquía normativa considerará, en lo que corresponda, el principio de competencia, en especial la titularidad de las competencias exclusivas de los gobiernos autónomos descentralizados.

Art. 426.- Todas las personas, autoridades e instituciones están sujetas a la Constitución.

Las juezas y jueces, autoridades administrativas y servidoras y servidores públicos, aplicarán directamente las normas constitucionales y las previstas en los instrumentos internacionales de derechos humanos siempre que sean más favorables a las establecidas en la Constitución, aunque las partes no las invoquen expresamente.

Código Civil del Ecuador: Parágrafo 1o.

De La Ley

Art. 1.- La ley es una declaración de la voluntad soberana que, manifestada en la forma prescrita por la Constitución, manda, prohíbe o permite.

Son leyes las normas generalmente obligatorias de interés común.

Art. 2.- La costumbre no constituye derecho sino en los casos en que la ley se remite a ella.

Art. 3.- Sólo al legislador toca explicar o interpretar la ley de un modo generalmente obligatorio.

Las sentencias judiciales no tienen fuerza obligatoria sino respecto de las causas en que se pronunciare³⁶.

Parágrafo 3o.

Efectos De La Ley

Art. 7.- La ley no dispone sino para lo venidero: no tiene efecto retroactivo; y en conflicto de una ley posterior con otra anterior, se observarán las reglas siguientes:

1a.- Las leyes que establecieron para la adquisición de un estado civil condiciones diferentes de las que prescribía una ley anterior, prevalecerán sobre ésta desde la fecha en que comiencen a regir;

Art. 13.- La ley obliga a todos los habitantes de la República, con inclusión de los extranjeros; y su ignorancia no excusa a persona alguna.

Sección cuarta. Cultura y ciencia

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

³⁶ Código civil del Ecuador

Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.
2. No ser objeto de racismo y de ninguna forma de discriminación fundada en su origen, identidad étnica o cultural.
3. El reconocimiento, reparación y resarcimiento a las colectividades afectadas por racismo, xenofobia y otras formas conexas de intolerancia y discriminación.

CONCLUSIONES:

- Tal como lo estipula la Constitución y el Código Civil ecuatoriano, la ley expresa de manera tal, que avala y respeta, la costumbre como fuente del derecho, así como la norma como tal que induce al ser a regular sus actos, por tanto consideramos como el iusnaturalismo y el positivismo se fundamentan en las fuentes clásicas del derecho, pero que las mismas dejan de ser clásicas al momento de su interrelación con la sociedad, ya que en un mundo de cambios, el derecho, la ley y la justicia deben ser efectivas acorde a la naturaleza jurídica de cada país.
- Podemos decir que las fuentes como tal son tan necesarias para el derecho como para la sociedad, la creación de la ley no siempre será de costumbre puede ser de acontecimientos repetitivos que necesiten ser regulados, eso da paso a creación de ley para que tenga fuerza y tenga obligatoriedad.
- Señalar que también existe una conexión entre el Derecho y la cultura.
- La sociedad tiene tanto protagonismo en las fuentes del derecho porque es el entorno social el que obliga a regular el comportamiento en sociedad.
- *El norteamericano Roscoe Pound planteó en una ocasión “que el Derecho, tratando de armonizar su propósito de ser estable y sin embargo asumir las transformaciones de la vida, ha seguido tres grandes direcciones principales: la autoridad, la posición de la filosofía y la posición histórica”³⁷.*

- *La función educativa como una de las más importantes del Derecho. En realidad este objetivo del ordenamiento jurídico ha sido sostenido y defendido desde el pensamiento antiguo, específicamente desde Platón, el discurso cristiano y más tarde con el pensamiento de los Iluministas, particularmente Rousseau y de los defensores de la Filosofía Clásica Alemana, Kant y Hegel. Evan habló de las características que debía cumplir el Derecho.*³⁸

Recomendaciones:

- Profundizar sobre estos temas por parte de la Academia para ilustrar y demostrar la ausencia, o insuficiencia del discurso jurídico nacional en relación con algunos temas concernidos con las fuentes de nuestro derecho.
- Concienciar y profundizar en la importancia constitucional de los conjuntos de reglas jurídicas aplicables entre la filosofía de un Estado.

Bibliografía

- Aparisi. A. López. Francisco Introducción a la Teoría del Derecho.
- Fuentes del Derecho. Ed. Félix Varela. La Habana, 2006.
- Bertalanffy, L.Von. Teoría General de los Sistemas (1968), Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1981
- Bulté, Julio, Filosofía del Derecho, Editorial Félix Varela, La Habana, 2005,
- Brutau. José Puig Las grandes tendencias del pensamiento jurídico.
- Ediciones Ariel. Barcelona
- CABANELLA Guillermo, Diccionario de Derecho Usual.
- Carlos Cossío, Teoría egológica del derecho...; La valoración jurídica y la ciencia del derecho, Editorial Arayú, Buenos Aires, 1964.
- Catalogación en la fuente: Biblioteca “Luis Verdesoto Salgado”. Corte Constitucional.
- Constitución de la república del Ecuador, editorial – biblioteca juridica, edición 2013, librería cervantes cia. Ltda
- Código civil ecuatoriano, Editorial – Jurídica del Ecuador, edición 2012
- Commaille,J, Diccionario Enciclopedico de Teoría y Sociología Del Derecho, Ed. Ciencia e Historia. Paris – Bruselas. 1988

³⁷ Ver Fernández Bulté, Julio. Citando a Pound en Teoría del Derecho. Ed. Félix Varela. La Habana 2005. Pág. 43

³⁸ Ver a Añón, María José, Citando a Evan, Ob. Cit. Pág. 125.

- Díaz, Elías. El Derecho como factor de liberación y cambio social, Capitulo: En función del Derecho. España
- Diego Cañizares, Fernando. Teoría del Derecho, Editorial Pueblo y Educación, Ministerio de Educación Superior 1979
- Diego Cañizares, Fernando. Teoría del Estado. Editorial Pueblo y Educación, Ministerio de Educación Superior 1979
- Digesto del emperador Justiniano. Ulpiano. I.I. § 1. (Del Título I, del Libro I,), Editado por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Fondo Editorial, 1990. 28
- DUGUIT, L. Traité de Droit Constitutionnel. (2da edic- 3 volúmenes). Ancienne Librairie Fontemoing Ed., Paris, 1921, Tome premier
- Engels. Contribución al problema de la Vivienda. Ed. Progreso, Moscú, OE en 3 tomos, tomo 1
- Fuentes del Derecho Indiano. Ricaro Levene. 1924. <file:///C:/Users/CAT/Downloads/Dialnet-FuentesDelDerechoIndiano-2057439.pdf>.
- González Casanova. J. Teoría del Estado y Derecho Constitucional, Editorial Vicens-Vives, Barcelona ,1980.
- Hans Kelsen. Teoría Pura del Derecho. Madrid, 1934.
- María José Añón: Derecho y Sociedad , trabajo publicado en Introducción a la Teoría del Derecho, Colectivo de autores, Editorial Félix Varela, La Habana 2006,
- Marx, C. Prólogo de La Contribución a la crítica de la Economía Política Ed. Progreso. Moscú, OE en dos tomos, 1971, Tomo 1
- Prieto Valdés, Martha: Cuba, 1901-1976: Criterios doctrinales acerca de la interpretación del Derecho. En Matilla Correa, A.- coordinador: Historia del Derecho en Cuba, Primera edición, Editorial Ciencias Sociales, la Habana 2009, p.190.
- Pound Roscoe. Las grandes tendencias del pensamiento jurídico. Traducción y estudio preliminar de José Puig Brutau. Ediciones Ariel. Barcelona, 1950.
- Rojina Villegas Rafael. "Compendio de Derecho Civil". Editorial Porrúa Hermanos. México 1977.
- Treves, R. Sociología del Derecho. Orígenes, investigaciones y problemas, Editorial Ariel. España, Barcelona, 1988. Trad. Añón. María. J
- Teoría utópica de las fuentes del derecho ecuatoriano. Perspectiva comparada. Juan Montaña Pinto. NUEVO DERECHO ECUATORIANO, 2. Corte Constitucional para el período de transición. ISBN: 978-9942-07-300-6. Derechos de Autor: 039652 1
- Derecho constitucional – Ecuador 2. Fuentes del derecho I. Título II. Serie. CDD: 342.866 CDU: 342(866) LC: KHK2919.M66 2012 Cutter-Sanborn: M765.
- Teoría General de las Fuentes del Derecho (y del Orden Jurídico) Josep Aguiló Regla. 2003. Biblioteca Virtual Universal.
- OLASO S.J. Luis María y CASAL, Jesús María: Curso de Introducción al Derecho. Tomo II. UCAB Caracas 2004. pp. 115-238
- NARANJO. Yuri, Introducción al Derecho. Universidad Santa María. Serie Publicaciones Jurídicas.

- OSORIO Manuel, Diccionario de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales. Editorial Heliasta.
- VIVAS Pedro, Lecciones de Historia de Derecho. Fondo Editorial U.S.M. p.p. 15-16

Trabajos citados

- <http://tareasderecho.blogspot.com/2011/08/clasificacion-de-fuentes-del-derecho.html>
- EL DERECHO Y SU CORRELACIÓN CON LOS CAMBIOS DE LA SOCIEDAD
- Yurisander Diéguez Méndez (*)
- LÓPEZ (2000) p. 60.
- Código civil del Ecuador.
- Ducci Carlos, derecho civil parte general, editorial jurídica de Chile, Santiago, pag. 100
- <http://tareasderecho.blogspot.com/2011/08/clasificacion-de-fuentes-del-derecho.htm>
- <http://derechomx.blogspot.com/2012/04/clasificaciones-de-la-costumbre.html>
- Código civil del Ecuador
- 1 DE BUEN (1932) p. 334
- GASTAN TOBEÑAS (1930) pp. 26-28.
- <http://www.hispanoteca.eu/Foro-preguntas/ARCHIVO-Foro/Jurisprudencia-doctrina%20jur%C3%ADdica.htm>
- Código civil del Ecuador
- <http://www.hispanoteca.eu/Foro-preguntas/ARCHIVO-Foro/Jurisprudencia-doctrina%20jur%C3%ADdica.htm>
- <http://hybrid-willow.blogspot.com/2011/08/fuentes-del-derecho-jurisprudencia.html>

002. RELACIÓN DEL PERFIL DE PERSONALIDAD Y EL PERFIL DE LA CARRERA: ESTUDIO PRELIMINAR EN ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE DERECHO DE LA UNIVERSIDAD ECOTEC.

Autoras:

Fabiola Coello Arrata fcoello@ecotec.edu.ec

Magister en Educación Superior

Coordinadora-Unidad de Bienestar Estudiantil-Universidad Ecotec - Ecuador

Mónica Llanos Encalada monicallanos@hotmail.com

Doctorante en Administración Universidad de la Habana

Docente Titular- Universidad Ecotec- Ecuador

Abstrac

Personality is unique and unrepeatable, however, there are features that are common to several members, especially when they belong to groups conglomerates which by their activity or profession is related closely in the choice of career, but there are few studies about. Bearing in mind that personality is shaped by common characteristics and the professions are closely related to professional performance, a preliminary study was conducted, the personality profile of students studying law who entered in the faculty in 2012-2013. For this, the 16PF standardized tests was applied, once obtained the results, an analysis was conducted to determine the overall dimensions and commonalities among students and their correspondence with those features that should characterize according to their professional profile. Among the most important observations, it was established, on the one hand, and the corresponding favorable characteristics are extraversion; high capacity for independence and analysis. On the other hand, high scores are seen in the features of stress and anxiety, which can be disadvantageous when interrelate in stress management and stress own profession.

Key Words

Professional profile personality profile professional performance

Resumen

La personalidad es única e irrepitable, sin embargo, existen rasgos que son comunes a varios miembros, en especial cuando estos pertenecen a grupos de conglomerados en los cuales por su actividad o profesión está relacionada íntimamente en la elección de la carrera, pero existen pocos estudios al respecto.

Teniendo presente que la personalidad está conformada por características comunes a las profesiones y guardan estrecha relación con el desempeño profesional, se realizó un estudio preliminar, del perfil de personalidad de estudiantes de la carrera de derecho que ingresaron a la facultad durante el año 2012-2013. Para ello se aplicó el tests estandarizado 16PF, una vez obtenido los resultados, se hizo un análisis para determinar las dimensiones globales y rasgos comunes entre los estudiantes y su correspondencia con aquellas características que los debe caracterizar de acuerdo a su perfil profesional. Entre las observaciones más relevantes, se pudo establecer, por un lado, que las características correspondientes y favorables, son la extraversión; alta capacidad de independencia y análisis. Por otro lado, se observan altas puntuaciones en los rasgos de tensión y ansiedad, lo cual puede resultar desfavorable al momento de interrelacionarse, en manejo de tensión y estrés propios de la profesión.

Palabras Claves

Perfil profesional perfil de personalidad desempeño profesional

Introducción

Hablar del perfil de personalidad en la elección de carrera, necesariamente remite a la orientación vocacional, la misma que se presenta hace más de cien años, con el surgimiento de las diferentes escuelas y estudios psicológicos. En principio, la elección de carrera se la hacía por algún tipo de interés, luego surge la orientación vocacional, la misma que se sustentó en la valoración de aptitudes e intereses, posteriormente, se adicionan las pruebas de personalidad. “Numerosas teorías han intentado sistematizar los factores que inciden en la elección de la profesión y/o estudios, poniendo los determinantes totalmente fuera del control del individuo (teorías del azar), en el ambiente (teorías sociales), en el individuo (teorías psicológicas) o en la economía (teorías económicas)”. (Norzagaray, Salazar, & Montaña, 2011, pág. 33)

La elección de carrera en muchos de los casos se lo hace por el interés de los aspirantes, sin embargo, este interés, no siempre está sustentado en las capacidades o rasgos de la personalidad. Los intereses pueden variar desde inclinaciones al campo ocupacional; intereses económicos; intereses percibidos o creados. Por lo tanto, los intereses no son suficientes, ni confiables para la elección de una carrera. Es importante que los aspirantes a las diferentes carreras y en el caso particular de esta investigación, los aspirantes a la carrera de derecho, tengan aptitudes y rasgos de personalidad que les permita concluir exitosamente su carrera, así como ejercerla una vez que sean profesionales.

Las personas, poseen una serie de características psicológicas. Por un lado, se tiene las habilidades intelectuales, las mismas que se pueden considerar las aptitudes o capacidades, en términos de potencialidades- desarrolladas o no- para otros, serán las inteligencias. Por otro lado, está la personalidad de cada individuo, la cual es única e irrepetible, esta, permite caracterizar a las personas y diferenciarlas entre sí, Existen varias definiciones de personalidad según sea la teoría con la cual se la aborde, sin embargo, existen actualmente puntos en común. La personalidad se va estructurando a lo largo de la vida, pero las características esenciales de esta se forman en los primeros años de vida.

Uno de los mayores errores, ha sido- hacer el equivalente de conducta y rendimiento, a la personalidad. Existen actitudes y comportamientos que nos permiten predecir y estimar rasgos de la personalidad, pero es importante no premeditarse a establecer juicios de valor o estereotipos que responden a la subjetividad y puede llevar a equívocos. Por ello es importante remitirse a pruebas psicológicas estandarizadas que permitan establecer el perfil de personalidad de las personas y en este caso particular, el de los estudiantes.

Siendo entonces que la personalidad, constituye la base sobre la cual se sustentan los intereses, comportamientos y rendimiento académico, el objetivo de la presente investigación, es la de relacionar las características de la personalidad con la elección de la carrera de derecho y el perfil profesional, lo cual permitirá determinar los rasgos comunes del perfil psicológico de aquellos estudiantes que eligen dicha carrera.

Desarrollo

Las personas se muestran en unos casos similares y en otros diferentes, es decir, algunas características comunes y otras únicas. Las actitudes y comportamientos observables han despertado el interés por entender y descifrar al ser humano, lo cual llevó a diferentes grupos a dedicarse a su estudio. Tal es así, que los primeros aportes sobre personalidad, datan de varios siglos antes de Cristo, con los primeros filósofos; posteriormente los teólogos; finalmente, los médicos, entre los cuales encontramos a los más representativos: Sigmund Freud; Carl Jung; Alfred Adler; Erick From; Erick Erickson; Gordon Alport; Karen Horney y otros, quienes sentaron las bases fundamentales de las primeras teorías psicológicas sobre el estudio de la personalidad. Luego se integraron otros estudiosos contemporáneos en el campo de la psiquiatría; psicología y sociología. Por lo cual, “cuando se habla de Teorías de la Personalidad, se está hablando de modelos de corte psicodinámico,

humanista, de psicología del aprendizaje e incluso cognitivos.” (Caro, 2013, pág. 23)

Las primeras relaciones son fundamentales en la estructura básica de la personalidad, ya que es en los primeros años que se estructuran los hábitos y esquemas de conducta, los cuales se van incorporando en la estructura de la personalidad como un proceso de asimilación y adaptación, dinámico y permanente, hasta incorporarse a la personalidad como características propias del ser humano. Por ello, “podría esperarse que la personalidad, como la causa fundamental del comportamiento individual, produjera un comportamiento consistente a lo largo de situaciones cambiantes”. (Cloninger, 2003, pág. 8)

La personalidad es dinámica, inherente al ser humano, compleja, difícil de traducirse a simple vista, por ello existen instrumentos validados como lo son los test de personalidad y la entrevista clínica. Entre los tests, se encuentran los proyectivos que se fundamentan en la teoría psicoanalítica o psicodinámica y los tests psicométricos, basados en las teorías psicosociales y cognitivas.

La personalidad ha sido asociada en varios estudios, en la mayoría de los casos al rendimiento académico o a la elección de la carrera. Un aporte importante en cuanto a la relación con la elección de carrera, es el estudio realizado por el psicólogo Jhon Hollan, quien dividió la personalidad en 6 tipos, según los cuales se elige la profesión: tipo realista- caracterizada por ser sencilla y práctica, profesiones que disfrutan trabajar con herramientas y máquinas; tipo creativo- personas con creatividad e imaginación que tienen a resolver problemas de una manera creativa; tipo convencional- suelen ser muy limpios y ordenados, personas orientadas mucho al detalle y la planificación; tipo investigador- personas con afinidad a lo científico, analítico y lo intelectual, suelen tomar decisiones con gran cantidad de información y llevados por procesos lógicos; tipo sociable- personas que les gusta ayudar a otros, pacientes, generosos, empáticos, tienen habilidad para crear consensos; tipo emprendedor.- enérgicos, emprendedores, aman ganar, suelen ser políticos y líderes, son ambiciosos, delegan los detalles.

Para las investigadoras, ha surgido el interés por la medición de la personalidad, ya que varias son las investigaciones que intentan vincular modelos teóricos de la personalidad con los intereses vocacionales, tales como

(La tipología de Holland, 1997); el papel de la evaluación de la personalidad en orientación para la carrera (Lowman, 1991, Gottfreson, Jones & Holland, 1993). En el caso de Larson, Rottinghaus & Borgen (2002), realizaron un meta-análisis que obtuvo evidencias de las relaciones entre las medidas más usadas para evaluar los intereses (el Self Directed Search, por ejemplo) y la

medida más popular para evaluar los cinco factores, el NEO Personality Inventory (Costa & McCrae, 1999). De las treinta correlaciones observadas, cinco parecen ser sustanciales tanto para hombres y mujeres, como para todas las medidas de intereses. Otras investigaciones (Tokar, Fisher & Subich, 1998) han demostrado que la evaluación de la personalidad es significativamente predictiva de comportamientos de elección de carrera, de variables relacionadas con las carreras (tales como intereses y valores) y variables relacionadas con la adaptación a las carreras (satisfacción ocupacional, por ejemplo). (Pérez, Cupani, & Beltramino, 2004, pág. 24)

Entre los estudios consultados, está el de Pedroza René (2016), quien realiza una investigación de los rasgos dominantes de la personalidad con la práctica educativa de estudiantes de arquitectura; diseño gráfico y diseño industrial. Otro estudio, es el de Agramonte y Farres (2011), con estudiantes de enfermería que busca relacionar rasgos de la personalidad con la seguridad proporcionada a los pacientes. Un tercer estudio radica en delimitar las características de un estilo de personalidad eficaz, necesario para el desempeño y éxito académico, realizado por (Martín del Buey, Fernández, Morís, Marcono, & Dapelo, 2004)

En cuanto a la relación del perfil profesional con la elección de carrera, está el estudio realizado en adolescentes por Baralé María Florencia (2011), aplicando el Inventario Millon de personalidad, en la elección de las carreras de medicina; abogacía y ciencias económicas. Otro de los estudios que es el que más se aproxima a la presente investigación, utilizando el mismo instrumento de evaluación de la personalidad 16PH, es el realizado por Aragón Laura (2010), en estudiantes de la carrera de psicología, para determinar los rasgos en común en relación al perfil de su carrera.

El test de personalidad 16PF, es una prueba creada por Cattell y colaboradores, sobre la base de los estudios y léxico de rasgos de Allport y Odbert (1936), un conjunto de 18 mil adjetivos que en inglés describen a las personas. Este test, identifica 16 rasgos o factores primarios de la conducta para explicar el espectro total de la personalidad, teniendo presente que en cada una de ellas se presentan los polos positivos y negativos, bajo el principio que todas las personas poseemos fortalezas y debilidades-virtudes y defectos. También es importante acentuar que, en algunos casos y contextos, las fortalezas pueden ser debilidades o las debilidades pueden convertirse en fortalezas, como el perfeccionismo, el mismo que pese a ser una fortaleza, si se lo lleva a extremos puede ser un rasgo de obsesión o de adicción al trabajo, privilegiando las responsabilidades a las personas y las relaciones.

A continuación, se aprecian los rasgos mencionados en el test 16PF:

A	Afabilidad	L	Vigilancia
B	Razonamiento	M	Abstracción
C	Estabilidad	N	Privacidad
E	Dominancia	O	Aprensión
F	Animación	Q1	Apertura cambio
G	Atención normas	Q2	Autosuficiencia
H	Atrevimiento	Q3	Perfeccionismo
I	Sensibilidad	Q4	Tensión

Cuadro 1: escalas primarias que componen el 16 PF

Luego, estos 16 rasgos o escalas primarias, al combinarse, permite identificar cinco dimensiones globales: Extraversión; ansiedad; dureza; independencia y autocontrol.

Materiales y Métodos

Para la presente investigación se seleccionó el grupo de estudiantes que ingresaron a la facultad de Derecho y Gobernabilidad, durante el periodo 2012- 2013, mediante el tipo de muestreo de conglomerados, se consideró por obvias razones, aquellos estudiantes que aún se mantienen estudiando en la universidad.

Para el análisis, Por un lado, se tomó el perfil de personalidad obtenido con la aplicación del test 16PF, relacionándolo con el perfil de la carrera. Para ello se partió del análisis de las dimensiones globales y posteriormente de los rasgos comunes que más se resaltan en los resultados.

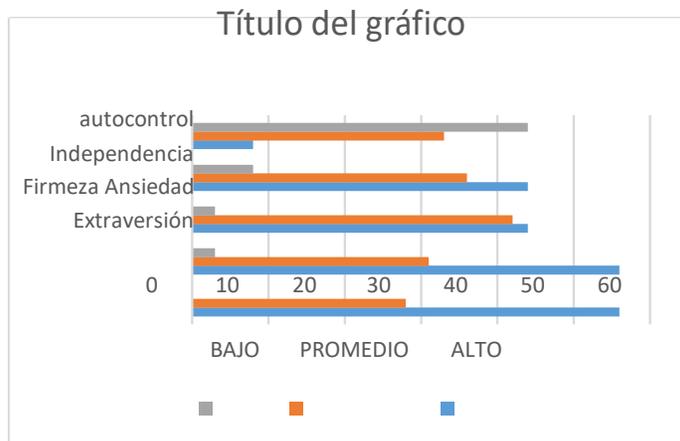
Por otro lado, se analizó el perfil de las carreras de derecho para establecer las características comunes a su perfil, y finalmente se realizó una correlación entre las características predominantes de la personalidad de los estudiantes con el perfil de las carreras de derecho. Las carreras de derecho son: legislación empresarial y tributaria; derechos humanos y ciencias penales; Legislación de recursos naturales y media ambiente; y, gobernabilidad y gerencia política.

Resultados de la investigación

1. El perfil laboral de las carreras de derecho, proponen seis características que se apropian al campo de acción y especialidad de cada una de las carreras, sin embargo, guardan estrecha relación entre las mismas, con diferente aplicación. De esta manera, las características comunes son: toma de decisiones; resolución de conflictos jurídicos; elaboración de elementos jurídicos (políticas; contratos; acuerdos; tratados); defensa a los derechos penales y humanos; asesoramiento a grupos humanos y empresas públicas y privadas.

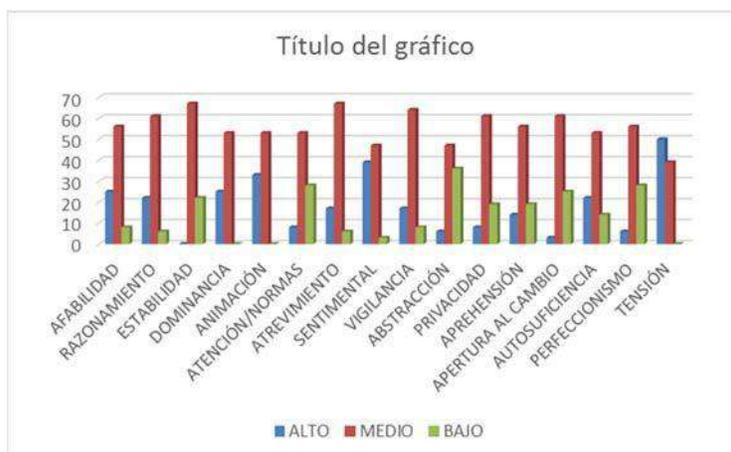
Por lo tanto, para hacer frente a las características de dicho perfil, será necesario poseer las siguientes características de personalidad: alta capacidad de análisis y abstracción; autocontrol y manejo adecuado de emociones; imparcial y equitativo; facilidad de palabra y expresión verbal; extraversión y habilidad para trabajar en grupos.

2. Luego del análisis del perfil de personalidad de cada uno de los estudiantes seleccionados, se procedió a sacar los porcentajes, tanto en las escalas globales como en los rasgos. En el siguiente gráfico se muestra los resultados de las dimensiones globales, en el cual se puede apreciar que existe un alto porcentaje de estudiantes con bajo autocontrol, siendo un 44% impulsivos, lo cual, puede resultar en algunos casos contraproducente, ya que de acuerdo a las características del perfil profesional estudiado se requiere un alto autocontrol y manejo adecuado de emociones, para la toma de decisiones asertivas. En cuanto a la extraversión resulta favorable ya que su profesión requiere un trato constante en público y establecer relaciones interpersonales



Lo que muestra una señal de atención es el nivel de ansiedad, ya que el 53% de estudiantes poseen niveles de ansiedad altos que pueden desfavorecer a futuro su vida profesional y personal. En cuanto a la firmeza, el 44% posee un nivel alto y un 43% nivel promedio, esta es una de las características que en un momento dado pueden tener una doble connotación, pero en el caso del profesional del derecho resulta favorable puesto que estará listo a ganar los pleitos laborales sin claudicar; y, es desfavorable sí se vuelven rígidos en la toma de decisiones sin haber hecho un análisis adecuado. En cuanto a la dimensión de independencia, el nivel es alto 44%, esta se refiere a la capacidad de análisis; la capacidad crítica y el enfrentar cualquier situación, pero puede resultar desfavorable si se convierte en un abogado polémico que irrespeta los derechos humanos y el trato digno que merecen todas las personas independientemente de la situación en la que se encuentren.

En cuanto a los rasgos de la personalidad, se presenta a continuación un detalle de los porcentajes alcanzados en cada uno de ellos:



La mayoría de las características que se muestran en el gráfico anterior, están en promedio. Un porcentaje significativo se puede observar en abstracción, en el cual hay 36% bajo, lo cual los hace ser prácticos y pensamiento concreto. Una de las características que más resalta y preocupa, es el de tensión, puesto que un 50% se muestran tensos, impacientes, lo cual puede afectar su desempeño profesional desfavorablemente, en especial si se combina este rasgo con el bajo autocontrol presente en las dimensiones globales. En cuanto a los rasgos de animación y sentimientos, se nota, un 33% en espontaneidad en el caso del primero y en el segundo, 39% de estudiantes con alta sensibilidad. Esta última también sería una característica que puede resultar favorable en ciertos casos, pero en otros les puede perjudicar al momento de plantear soluciones y adoptar una postura imparcial y objetiva. En cuanto a la autosuficiencia, se encuentra en mayor porcentaje en promedio lo cual les permite trabajar ya sea en forma independiente o en grupo.

Conclusiones

- Luego de lo expuesto sobre los estudios realizados, se puede notar que cada vez más se establece que existe una íntima relación entre los rasgos de la personalidad con algunos factores en el desempeño, tanto en el ámbito académico como profesional.
- No se han encontrado estudios sobre el perfil de personalidad en estudiantes de derecho en correlación con el perfil profesional. Sin embargo, resulta de interés hacer este análisis ya que hay características notorias, que suelen ser muy frecuentes en los estudiantes de las carreras de derecho.
- En cuanto a las características globales, poseen un alto nivel de independencia, lo cual favorece la toma de decisiones, al igual que la extroversión que les permitirá manejar las relaciones interpersonales constantes. Los desfavorable son los niveles de ansiedad altos, ya que los niveles de presión son constantes en su desempeño profesional y esto los puede llevar a niveles de estrés que afecten su salud y el manejo adecuado de emociones para la toma de decisiones.
- En cuanto al análisis de los rasgos de su perfil de personalidad, los estudiantes poseen un alto nivel de independencia y su pensamiento abstracto es promedio, sin embargo, existe un porcentaje significativo de estudiantes que suelen ser de pensamiento concreto. Un factor desfavorable es un alto promedio de sensibilidad y tensión, la misma que combinada con la ansiedad es desfavorable para su desempeño profesional y personal.

Bibliografía

Agramonte del Sol, A., & Farres, r. (2011). Influencia del desarrollo de la personalidad durante la carrera de enfermería, en la seguridad del paciente. *Revista Cubana de enfermería*, 8-15.

Aragon, L. (2011). Perfil de personalidad de estudiantes universitarios de la carrera de psicología: Facultad de estudios superiores Iztacala. *Perfiles Educativos*, XXXIII(133), 68-87.

Buchanan, R. (junio de 2015). *e-how- en español*. Recuperado el 13 de julio de 2016, de http://www.ehowenespanol.com/tipos-personalidad-profesiones-info_321759/

Cabezas, D., & Orellana, L. (2014). *Estudios de personalidad de marca en Educación Superior y sectores*

no tradicionales. Bogotá: Universidad de la Frontera.

Caro, I. (Noviembre de 2013). El estudio de la personalidad en el modelo cognitivo de Beck. Reflexiones críticas. *Boletín de Psicología*(109), 19-49.

Catell, R., & Catell, H. (2010). Manual del cuestionario 16PF-5. TEA- Ediciones.

Cloninger, S. (2003). *Teorías de la Personalidad*. México : Trentice Hall.

Fondos, tras revisar perfil psicológico. (2015). *El economista*.

Gardner, H. (1998). *Inteligencias Múltiples*. Madrid: Paidós.

Lomas, E. (2000). Revela perfil de personalidad conflictiva. *Proquest- Editora El Sol*.

Martín del Buey, F., Fernández, A., Morís, J., Marcono, R., & Dapelo, B. (2004). Evaluación de la personalidad eficaz en contextos educativos: primeros resultados. *Orientación Educativa*, 79-101.

Montaño, M., Palacios, J., & Gantiva, C. (julio-diciembre de 2009). Teorías de la Personalidad: Un análisis histórico del concepto y su medición. *Psicología: Avances de la disciplina*, 3(2), 81-107.

Niño, I., Calderón, A., & Casarretto, M. (2003). Personalidad y rendimiento académico en estudiantes universitarios. *Revista de Psicología de la PUCP*, XXI(1), 120-143.

Norzagaray, C., Salazar, E., & Montaño, A. (2011). Congruencia entre Intereses, Aptitudes y elección de carrera. *Revista Mexicana de Orientación*, VIII(21), 32-39.

orientacionvocacional.com. (2016). Obtenido de <http://www.orientacionvocacional.com/index.php/orientacion-vocacional/tipologia-john-holland>

Pedroza, R. (enero-junio de 2016). Intereses dominantes de la personalidad en la practica educativa de estudiantes universitarios. *Revista Iberoamericana para la investigación y el Desarrollo Educativo*, 6(12), 19.

Pérez, E., Cupani, M., & Beltramino, C. (septiembre de 2004). Adaptación del Inventario de personalidad 16PF- IPIP a un contexto de Orientación. Estudio Preliminar. (U. N. Córdova, Ed.) *Evaluar*(4), 23-49.

Universia- España. (16 de enero de 2014). *universia.net*. Obtenido de <http://noticias.universia.es/en-portada/noticia/2014/01/16/1075168/personalidad-profesional-exitoso.htm>

003. “SOCIETARISMO” PARA EL DESARROLLO DERECHO SOCIETARIO “EN CLAVE VERDE”.

Autor:

Ab. Fidel Egas Chiriboga

Profesor de la Universidad Tecnológica ECOTEC Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República Diplomado Superior en Derecho Constitucional Diplomado Superior en Derechos Fundamentales

Especialista Superior en Derecho Ambiental y Desarrollo Sostenible

Especialista Superior en Arbitraje y Mediación Especialista Superior en Sistemas

Jurídicos de Protección de Derechos Humanos Magister en Negociación y Comercio Internacional

Magister en Derecho Constitucional

Correo electrónico: fegas1@yahoo.es

Guayaquil-Ecuador

SUMARIO

I.- Marco referencial. **II.-** Resumen. **III.-** Introducción. **IV.-** Palabras claves. **1.-** Asociación y sociedad. **2.-** Sociedad.- Definición legal y características. **3.-** El contrato de compañía. Análisis legal y doctrinario. **4.-** El capital de las compañías mercantiles y el patrimonio social: Importancia. **5.-** La administración de las compañías. **6.-** El objeto social de las compañías. **7.-** Hacia el Desarrollo Sostenible y Sustentable. **8.-** Hacia el “*Societarismo*” para el Desarrollo. **9.-** Conclusiones.

I

MARCO REFERENCIAL.

El presente trabajo ha sido elaborado para presentarla como ponencia en el Primer Congreso Científico Internacional “Sociedad del Conocimiento: Retos y Perspectivas”, a celebrarse en la Universidad Tecnológica ECOTEC, entre el 14 y 16 de septiembre de 2016.

II

RESUMEN.

El advenimiento del siglo XXI sorprendió a la humanidad con nuevos y variados retos para la sociedad del conocimiento, principalmente, en lo referente a la nueva forma de sentir, pensar y actuar para la construcción de un nuevo Derecho Societario, concebido en *clave verde*, en virtud del cual, se re-formula la justificación de existencia y funcionamiento de las compañías mercantiles, desde sus propios fundamentos, en la transformación de un simple *animus societatis* exteriorizado en un objeto social estatutario depredadora del ambiente en un *animus societatis viridis*, exteriorizado en un objeto social estatutario responsable con el ambiente.

Para tal objetivo, se propone introducir reformas a la ley de compañías relacionadas, entre otras, con el objeto social estatutario *ambientalmente ejercido*, con la gerencia responsable del ambiente en los órganos de gobierno, administración y fiscalización de las compañías mercantiles, la aplicación de políticas de desarrollo sostenible y sustentable, el fomento a la investigación y desarrollo de tecnologías limpias, la gestión responsable y ética de los procesos productivos, el establecimiento de una

causal de disolución por violar el objeto social estatutario, ambientalmente ejercido y creación de la Superintendencia del Ambiente.

III INTRODUCCIÓN.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo oponer los principios generales del actual Derecho Societario ecuatoriano con el Derecho Societario en *clave verde* establecido en la Constitución de la República y en los principios de la Declaración de Río, para que se cumpla con la función social y ambiental del desarrollo de las actividades productivas establecidas en el objeto social estatutario de las compañías mercantiles, mediante la descripción, identificación y selección de los principios rectores constitucionales y legales, para la consecución del desarrollo sostenible y sustentable.

El método de investigación utilizado en el presente trabajo de investigación 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 - correlacional, en virtud de que hemos procedido a ofrecer la descripción de características, identificando y descomponiendo los diferentes elementos comprometidos en la investigación.

IV PALABRAS CLAVES:

Superintendencia del Ambiente, *animus societatis viridis*, ambientalmente ejercido.

DESARROLLO

1.- Asociación.

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, con el término “Asociación”, indica: “... 2.- *Conjunto de los asociados para un mismo fin y, en su caso, persona jurídica por ellos formada...*” Pero esta noción de asociación, para que tenga fuerza jurídica, debe ser para fines lícitos y sin contrariar al orden público, caso contrario, estaríamos tratando de una asociación ilícita, sancionada por el ordenamiento jurídico. La sociabilidad del ser humano se encuentra indisolublemente ligada a él, y su deseo constante y permanente de asumir a su personalidad individual, la personalidad colectiva, para emprender con los demás, grandes proyectos de satisfacción de sus necesidades básicas, materiales, intelectuales, económicas o religiosas, para la consecución de su desarrollo, que nunca podría hacerlo solo.

Aristóteles (384 A.C.- 322 A.C.), en su famosa obra “*Política*”, ya establecía que el hombre, por naturaleza, es un animal político, un ser gregario, un individuo, que si bien mantiene una independencia con los demás seres humanos, es al mismo tiempo, dependiente de otros hombres, creándose entre todos ellos una interdependencia natural y necesaria (Granada, 1983).

Juan Jacobo Rousseau (1712-1778) se ocupaba de analizar el estado de naturaleza del ser humano y su transición a la sociedad civil en su famosa obra “*El Contrato Social*”, e indicaba que el ser humano (*i*) a pesar de ser absolutamente libre en el

estado de naturaleza, llega un momento en que debe renunciar a su libertad individual con la finalidad de poder asegurar una vida colectiva que lo proteja, **(ii)** que cada persona, individualmente considerada, debe someterse a la voluntad general, para recibir a cambio, la protección corporativa e indivisible del todo, **(iii)** que el pueblo es un ser colectivo, cuyo instrumento es la voluntad general, debiendo elegir a sus mandatarios, encargados de ejecutar sus decisiones, **(iv)** que sometiéndose a la voluntad general, deja de mantener conductas egoístas y se somete a la justicia, asumiendo conductas solidarias con los demás, adquiriendo una moralidad colectiva, que le va a permitir convertirse en ciudadano, **(v)** que su individualidad es válida solamente en función del organismo social, **(vi)** que abandonando el estado de naturaleza e ingresando a la vida en comunidad, cambia sus finalidades, de tener un sentimiento egoísta a tener un sentimiento altruista y solidario, **(vii)** que la voluntad de todos y la voluntad general se diferencian porque, en la primera, el interés es privado, mientras que en la segunda, el interés es común, **(viii)** que la Ley es la condición que exige la asociación civil para instrumentar la voluntad general, y que si el pueblo se encuentra sometido a las leyes debe ser el autor de las mismas, **(ix)** que la función de crear leyes deben ser confiadas por la voluntad general a personas capaces de identificar la bondad de las mismas para el bienestar del pueblo (Bermudo, 1983).

2.- Sociedad: Definición legal y características.

El término Sociedad se encuentra definido en el Código Civil (en adelante CC)¹, debiendo reunir, al menos, las siguientes características: **(i) el aporte**, donde los futuros socios de la sociedad se encuentran en la obligación de aportar algo (CC)². Esta obligación se constituye, porque dicho ente requiere de la existencia de un patrimonio propio para el cumplimiento de su objeto social. El patrimonio social así establecido, se convierte en un patrimonio distinto del patrimonio personal de cada uno de los socios, cuya inversión se encuentra protegida, siempre que se cumpla con la función ambiental, de acuerdo a lo establecido en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (en adelante COPCI)³. El aporte constituye un título traslativo de dominio, es decir, que los bienes aportados por los socios dejaron de pertenecerles a título personal, para pertenecerle a la nueva sociedad formada por ellos mismos, a cambio de una participación, encontrándose sujetos al ordenamiento jurídico (COPCI)⁴, **(ii) distribución de los beneficios**, en donde la sociedad busca, mediante el cumplimiento de las actividades establecidas en su objeto social *ambientalmente ejercido*, una utilidad para sus socios, de acuerdo a la participación que tengan cada uno de ellos en la sociedad. Si dichas utilidades no son producto del cumplimiento de actividades establecidas en el objeto social *ambientalmente ejercido*, se debe de considerar a dichas utilidades, como utilidades mal habidas, **(iii) animus societatis**, ya que en virtud de que la sociedad es un contrato, y como el consentimiento es un requisito para la existencia de los mismos, debe de existir la

¹ Art. 1957. "Sociedad o compañía es un contrato en que dos o más personas estipulan poner algo en común, con el fin de dividir entre sí los beneficios que de ello provengan. La sociedad forma una persona jurídica distinta de los socios individualmente considerados". (CC).

² "No hay Sociedad si cada uno de los socios no pone alguna cosa en común, ya consista en dinero o en efectos, ya en una industria, servicio o trabajo apreciable en dinero". (CC).

³ Art.4. "Fines. La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines: g) Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables..."(COPCI).

⁴ Art. 21. "Normas obligatorias. Los inversionistas nacionales y extranjeros y sus inversiones están sujetos, de forma general, a la observancia y fiel cumplimiento de las leyes del país, y, en especial, de las relativas a los aspectos laborales, ambientales, tributarios y de seguridad social vigentes."(COPCI).

intención o el *animus* por parte de los futuros socios, de formar una sociedad para cumplir con las actividades establecidas en el objeto social *ambientalmente ejercido*. Este elemento societario debe ser considerado como un *nosotros*, y así lo fomentan las políticas públicas del país (Plan Nacional para el Buen Vivir 2007-2013)⁵. Si el *animus societatis* no se encuentra dirigida a formar una sociedad para cumplir con las actividades establecidas en su objeto social *ambientalmente ejercido*, se considera que el *animus societatis* se encuentra viciado (COPCI)⁶. Las normas protectoras del ambiente son normas de orden público, de acuerdo a lo establecido en la Constitución de la República del Ecuador (en adelante CRE)⁷.

La sociedad, una vez constituida: **(i)** adquiere autonomía para poder cumplir con las actividades establecidas en su objeto social *ambientalmente ejercido*, independiente de los socios, como generadora de dichas actividades, **(ii)** se convierten en un sujeto de derecho y con capacidad, pero sin contrariar el orden público, **(iii)** se convierte en un ente distinto e independiente de los socios individualmente considerados, y en tal virtud, tiene un nombre, un patrimonio, una nacionalidad y un domicilio, **(iv)** los acreedores particulares de un socio no podrán cobrar sus obligaciones económicas del patrimonio de la sociedad, y viceversa. Si la sociedad no cumple con su objeto social, *ambientalmente ejercido*, corre peligro su personificación jurídica para continuar con dichas actividades (CRE)⁸.

3.- El contrato de compañía: Análisis legal y doctrinario.

La Ley de Compañías (en adelante LC), no otorga una definición de lo que es una compañía, ya que lo que define es al “contrato” de compañía, cuando indica “*Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales e industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades...*”⁹. Por tal motivo, una compañía no es un contrato, sino que nace de un contrato, pero que una vez que ya ha nacido, se convierte en una persona jurídica con fines de lucro, en un organismo social, distinto de los socios individualmente considerados (Guzmán,

⁵ “La concepción del buen vivir necesariamente recurre a la idea del “nosotros” porque el mundo no puede ser entendido desde la perspectiva del *yo* de occidente. La comunidad cobija, protege, demanda y es parte del nosotros.” (Plan Nacional para el Buen Vivir 2007-2013).

⁶ Art.2. “Actividad productiva. Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales. y otras que generen valor agregado”. (COPCI).

⁷ Art. 14, segundo inciso. “...Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados”. (CRE).

⁸ Art. 283, primer inciso. “El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir...” (CRE).

⁹ Art. 1. “Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales e industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil”. (LC).

1968)¹⁰ y también (Pinzón, 1988)¹¹, con un objeto social para ser “*ambientalmente ejercido*” (Epstein, 2003)¹².

El contrato de compañía requiere contener **(i)** los elementos estructurales de todos los contratos como la capacidad, consentimiento, objeto lícito y causa lícita, etc, **(ii)** la intervención y participación de dos o más personas, ya que el concepto de la palabra “compañía” implica pluralidad, **(iii)** debe de existir unión de capitales e industrias. En el ordenamiento jurídico ecuatoriano, se puede aportar en numerario (dinero) o en especie (bienes muebles e inmuebles). **(iv)** se debe emprender en operaciones mercantiles, pero siempre entendiéndola como “*ambientalmente ejercido*”, **(v)** participar de sus utilidades (Cassis, 1973), entendiéndose, como la participación de utilidades bien habidas, como producto de las actividades de su objeto social “*ambientalmente ejercido*” (Epstein, 2003)¹³. La parte final, del artículo 1 de la LC, ofrece la supremacía normativa de aplicación, como son la ley de compañías, el Código de Comercio, convenios de las partes y el Código Civil, sin establecer expresamente, pero que se presume, la Constitución de la República del Ecuador, los tratados Internacionales y todo el ordenamiento jurídico existente.

4.- El capital y patrimonio social de las compañías mercantiles.

El capital de las compañías mercantiles se encuentra destinada a la realización de las actividades de su objeto social *ambientalmente ejercido*, sin permitirse que sea utilizado para realizar actividades contrarias al orden público o al ambiente. El capital de la compañía es la potencialidad económica de la empresa estáticamente considerada (Guzmán, 1968). El capital tiene una especial importancia para el desarrollo del objeto social *ambientalmente ejercido*, porque cumple varias finalidades, **(i) como estructuración del capital**, ya que el capital es uno de los requisitos fundamentales para su constitución, encontrándose representado por el aporte de los socios en el momento de su constitución, **(ii) como fondo de producción**, ya que las compañías mercantiles, para proceder a cumplir con la consecución del objeto social, necesitan de un fondo económico indispensable para

¹⁰ “Sociedad y accionistas constituyen entonces distintos sujetos jurídicos; ni el accionista puede obligar a la sociedad, ni la sociedad al accionista; los créditos activos de este no son los de aquella, ni son del accionista las deudas de la sociedad”. (Guzmán, 1968).

¹¹ “Porque la sociedad, como persona jurídica distinta de los socios individualmente considerados, ha adquirido y ha contraído obligaciones en desarrollo de los negocios constitutivos de su objeto, con lo cual ha formado un verdadero patrimonio, con un activo y un pasivo como elementos esenciales...” (Pinzón, 1988).

¹² “Un número creciente de líderes corporativos están convencidos de que tiene buen sentido de negocios el asegurar el futuro de sus corporaciones integrando los principios del desarrollo sostenible dentro de sus operaciones. Esos líderes consideran que no podrá darse crecimiento en el largo plazo a menos que sea sostenible ambientalmente. El consenso es que ésta noción de desarrollo sostenible es conveniente para naciones y corporaciones”. (Epstein, 2003)

¹³ “El reporte de EH&S del E.B. Hedí Group se centra en el desarrollo sostenible. Si bien es cierto que muchas compañías están interesadas principalmente en el cumplimiento de las regulaciones ambientales, el desempeño ambiental del E.B. Hedí está dirigido al desarrollo sostenible. En su declaración de misión, la compañía señala: El desarrollo sostenible no es una cuestión entre escoger entre crecimiento y medio ambiente, es el establecimiento de un proceso de toma de decisiones que integre la conversión eficiente de los recursos con el interés por las consecuencias ambientales a largo plazo. Esta excelencia es más que calidad del producto. También se refiere a calidad de procesos y, más importante aún, calidad de la gente. La combinación entre calidad de procesos, gente y productos hará que el desarrollo sostenible sea una realidad, un mercado de oportunidades para la compañía”. (Epstein, 2003).

proceder a iniciar el proceso productivo (Guzmán, 1968)¹⁴. El capital de las compañías se encuentra destinada a la realización de las actividades establecidas en su objeto social *ambientalmente ejercido*, y **(iii) como fondo de garantía y de responsabilidad**, en virtud de la solvencia que la compañía transmite a la sociedad, y a su vez, la sociedad recepta y otorga su confianza (Guzmán, 1968)¹⁵. Una vez constituida la compañía se crea una persona jurídica independiente, con un patrimonio social distinto de sus socios, individualmente considerados (Guzmán, 1968)¹⁶.

Tanto por la estructuración del capital, como por la estructuración del patrimonio o como fondo de garantía y de responsabilidad, permite que todos los terceros que realicen actos o contratos con una compañía determinada, no lo hacen tomando en consideración solamente el capital o el aporte de cada uno de los socios que la integran, sino también su capital patrimonial (Pinzón, 1988)¹⁷, sin perjuicio de las sanciones correspondientes, en caso de que la compañía hubiere tenido incentivos (COPCI)¹⁸. Es decir, que los terceros negocian directamente con el ente autónomo con personalidad jurídica, formado por el capital aportado de todos sus socios en su constitución y por todo el patrimonio que vaya aumentando o disminuyendo durante su existencia social. El patrimonio social servirá para garantizar las obligaciones contraídas por la sociedad a favor de terceros, en virtud de la prenda general común de los acreedores (CC)¹⁹.

5.- La administración de las compañías mercantiles.

Toda compañía debe tener un órgano de administración, tanto para la administración interna, como para la representación externa (LC)²⁰, disponiendo que dicha administración se extenderá a todos los asuntos relacionados con su giro y tráfico (LC)²¹. Una compañía así constituida, es capaz de realizar todo tipo de actos *ambientalmente ejercidos*, adquirir derechos y contraer obligaciones (CC)²². Esta

¹⁴ “Es el primigenio elemento económico con el que la compañía cuenta para la realización de operaciones mercantiles o industriales”. (Guzmán, 1968).

¹⁵ “Es la medida de la solvencia de la empresa frente a terceros”. (Guzmán, 1968).

¹⁶ “Entonces, se crea un ente ideal, jurídico-contable, que permanece inmutable a lo largo de toda la vida social, que señala la cuantía mínima que debe tener ese esencialmente inestable patrimonio y se establece una nítida distinción entre capital y patrimonio social; el primero es una cifra permanente, abstracta, formal y ficticia, el segundo es una cantidad variable, real y efectiva. El capital es una cantidad matemática equivalente a la suma del valor nominal de las acciones en que está dividido; con él nace y vive la sociedad; para modificarlo, es menester una reforma del acto constitutivo”. (Guzmán, 1968).

¹⁷ “Un activo que sirve de medio para el desarrollo de la actividad social, y un pasivo a cuyo pago se encuentra vinculado o afecto el activo; un activo que, como social, no puede ser perseguido por los acreedores personales de los socios, y un pasivo para cuyo pago no pueden perseguirse los bienes personales de los asociados”. (Pinzón, 1988).

¹⁸ Art. 31.- “Infracciones.- constituyen causales de infracción en las que podrían incurrir los inversionistas que se benefician de los incentivos que prevé esta normativa, los siguientes: ...e) Incumplimiento doloso comprobado por autoridad competente, de las leyes laborales, tributarias, de seguridad social o ambientales del país, y demás normas que regulan la inversión...” (COPCI).

¹⁹ Art. 2367.- “Toda obligación personal da al acreedor el derecho de hacerla efectiva en todos los bienes raíces o muebles del deudor, sean presentes o futuros, exceptuándose solamente los no embargables, designados en el art. 1634”. (CC).

²⁰ Art. 252. “La Superintendencia de Compañías no aprobará la constitución de una compañía anónima si del contrato social no aparece claramente determinado quien o quienes tienen la representación judicial o extrajudicial...” (LC).

²¹ Art. 253. “La representación de la compañía se extenderá a todos los asuntos relacionados con su giro o tráfico, en operaciones comerciales o civiles”. (LC).

²² Art. 564. “Se llama persona jurídica una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente...” (CC).

capacidad, sin embargo, se encuentra limitada a los fines establecidos en el objeto social, no teniendo capacidad para realizar actos ajenos a su objeto social o que no sean *ambientalmente ejercidos*. Igual referencia tenemos en (Dávila, 1999)²³, (Salgado, 1982)²⁴, (Arecha, Martín y García, Héctor., 1974)²⁵, (Cassis, 1973)²⁶, (Gago, Bernardo, González, Carlos. De Lía, Luis y De Lía, José., 1980)²⁷, (Mascheroni, 1987)²⁸. Los administradores de las compañías deben de cumplir con la norma constitucional, los tratados internacionales suscritos por el Ecuador, el ordenamiento jurídico, las normas ambientales y su estatuto social, todas ellas, representan el nuevo orden público ambiental.

6.- El objeto social de las compañías mercantiles.

El objeto social es la causa real. Es el motivo por el cual se crea la compañía, se constituye en el marco dentro del cual los administradores van a establecer su acción, no pudiendo sobrepasar lo permitido por su estatuto social, peor, contrariando la Constitución, tratados internacionales, el ordenamiento jurídico vigente y las normas ambientales, que son normas de orden público (CRE)²⁹, y adicionalmente, se prohíbe la constitución y funcionamiento de compañías mercantiles contrarias a la ley y al orden público (LC)³⁰ y dedicarse a realizar actividades de ilícita negociación (LC)³¹,

²³ *“La representación legal aparece ligada a la administración, por ser su expresión externa. Y ante las relaciones de la sociedad con terceros, el legislador crea reglas que aseguren y garanticen la existencia efectiva y actual del representante legal de la compañía y eviten, en lo posible, que esa función se interrumpa...”* (Dávila, 1999).

²⁴ *“la representación de la compañía se extiende a todos sus asuntos relacionados con su giro o tráfico, en operaciones comerciales o civiles, incluyendo la constitución de prendas de toda clase. Como excepción, se pueden limitar estatutariamente las facultades del representante...”* (Salgado, 1982).

²⁵ *“La doctrina en general ha distinguido entre la administración y la representación. El primer supuesto se refiere a la esfera interna del órgano, y el segundo supuesto tiene relación con la faz externa de su actuación, es decir, su vinculación con los terceros...”* (Arecha, 1974).

²⁶ *“Las personas jurídicas en su actividad y quehacer pueden actuar jurídicamente pero no físicamente. De aquí que en la ejecución de los actos propios de su ramo comercial necesiten de la intervención de las personas naturales que las pongan en contacto con terceros. La compañía de comercio, persona jurídica por excelencia, actúa pues y se obliga por medio de sus administradores, si estos tienen facultades representativas...”* (Cassis, 1973).

²⁷ *“Pero también el ente societario, como persona jurídica constituida para la consecución del objeto social, y a los fines de su logro, debe participar activamente en el mundo de los negocios. Esta participación, que le resulta indispensable, presupone el establecimiento de relaciones jurídicas de todo tipo que lo vinculan con terceros. Para que ello sea posible, la ley le reconoce un órgano que tiene como función la representación de la sociedad, esto es que su actuación se exterioriza la actuación del ente manifestando la voluntad social que se ha formado en el órgano de administración. Cuando actúa el órgano está actuando la sociedad...”* (Gago, 1980).

²⁸ *“Como se ha señalado acertadamente, la representación legal es la proyección externa de la sociedad. Se ha agregado que, en ejercicio de dicha representación, el órgano administrador es la sociedad misma. Esto implica, que quien contrata con el representante, lo está haciendo con la sociedad representada...”* (Mascheroni, 1987).

²⁹ Art. 14.- *“...Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados (...) Art. 66. “Se reconoce y garantizará a las personas: ...15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental...”* (CRE).

³⁰ Art. 3. *“Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres, de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad”.* (LC).

³¹ Art. 261. *“Los administradores no podrán hacer por cuenta de la compañía operaciones ajenas a su objeto social. Hacerlo significa violación de las obligaciones de administración y del mandato que tuvieren”.* (LC).

pero tampoco puede dedicarse a la explotación irracional de los recursos naturales o que afecten al aire, al agua o al suelo, mediante modalidades insostenibles de producción, comercio y consumo, encontrándose en causal de disolución (LC)³², ya que no se puede generar obligaciones sin una causa real y lícita (CC)³³. El objeto social tiene su origen en una causa real y lícita. El ordenamiento jurídico requiere, como requisito de existencia y validez de los actos jurídicos, una causa lícita, es decir, la justificación de la finalidad para con la ley, la moral y el orden público ambiental, por lo que si no se establece dicha causa lícita, dichos actos pierden su justificación, y en tal virtud, dichas actividades se convierten en actividades ilícitas que deben de ser sancionadas.

El *animus societatis* de los socios de una compañía mercantil, para el desenvolvimiento de su objeto social estatutario, que de antemano se conoce causan daño al ambiente, no pueden dar origen a relaciones jurídicas, ni a un lucro bien habido, *ambientalmente obtenido*, causando su nulidad (CC)³⁴, y por ende, acarrea la disolución y liquidación de la compañía mercantil, ya que no se puede permitir que las actividades realizadas por las compañías mercantiles se encuentren destinadas a depredar al ambiente y a poner en peligro la vida del ser humano (Ávila, Mayo 2013)³⁵. El nuevo paradigma requiere, como requisito de existencia y validez de los actos jurídicos, la justificación de la finalidad societaria para con el nuevo orden público ambiental, caso contrario, dichos actos actúan sin justificación. El *animus societatis* de los socios para el establecimiento en el objeto social de actividades, que de antemano se conoce, causan daño al ambiente, no pueden dar origen a relaciones jurídicas ni a un *animus lucrandi* legítimo.

El motor principal para la consecución del desarrollo sostenible y sustentable en las sociedades modernas, es el sector privado empresarial, con todos sus defectos y virtudes demostrados durante el tiempo, defectos que son producto de su propia doctrina, que no fue edificada bajo los cimientos sólidos del Cristianismo, de la justicia, de la conciencia, de la visión ética, y por sobre todo, del sentido común, relacionado con el ambiente y con el desarrollo sostenible y sustentable. Qué hacer? exigir justicia, exigir conciencia, exigir sentido común, exigir lógica generacional, y por sobre todo, exigir la disolución de las compañías mercantiles que, por su actividad social, violan la “*ambientalidad*” de sus actividades. En el Ecuador, bajo las actuales circunstancias históricas y económicas, el sector privado empresarial es la principal fuerza impulsora

³² Art.361.- “Las compañías se disuelven: (...) 5.- Por conclusión de las actividades para las cuales se formaron o por imposibilidad manifiesta de cumplir el fin social”. (LC).

³³ Art. 1483. “No puede haber obligación sin una causa real y lícita, pero no es necesario expresarla (...) Se entiende por causa el motivo que induce al acto o contrato; y por causa ilícita la prohibida por la ley, o contraria a las buenas costumbres o al orden público”. (CC).

³⁴ Art. 1698. “La nulidad producida por un objeto o causa ilícita, y la nulidad producida por la omisión de algún requisito o formalidad que las leyes prescriben para el valor de ciertos actos o contratos, en consideración a la naturaleza de ellos y no a la calidad o estado de las personas que los ejecutan o acuerdan, son nulidades absolutas. Hay asimismo nulidad absoluta en los Actos y contratos de personas absolutamente incapaces”. (CC).

³⁵ “Por un momento, sostengamos que la naturaleza tiene derechos y que se pueda fundamentar desde la lógica liberal. Diríamos, por ejemplo, que soberana y democráticamente los ciudadanos han reconocido y aceptado esta limitación al poder humano, y que es altamente necesario para la sobrevivencia de la humanidad dotar con una protección especial a la naturaleza para evitar los efectos desastrosos del capitalismo depredador del individuo. Más aún, dentro de la lógica de los derechos, podríamos decir que se trata de un reconocimiento más, tal como hace algunas décadas atrás también el derecho permitió la ficción de que las empresas sean personas jurídicas, con igual capacidad que los seres humanos para ejercer derechos y obligaciones”. (Ávila, Ramiro).

y generadora de trabajo y de riqueza, y por ende, es el sector más importante para conseguir innovaciones tecnológicas y responder a los nuevos cánones éticos de la humanidad, mejorando la utilización de los recursos naturales finitos, reduciendo al mínimo los riesgos contra el ambiente.

7.- Hacia el Desarrollo Sostenible y Sustentable.

La conferencia Río de Janeiro de 1992, estuvo presidida por conversaciones internacionales previas, celebradas con anterioridad a la celebración de la misma, que sirvieron de fundamento para que los temas ambientales sean tomados en cuenta, en el futuro del comercio internacional (Avellaneda, 2009)³⁶. En 1987, se editó el documento titulado, "Nuestro Futuro Común", elaborado por la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo, también conocido como el "Informe *Brundtland*". En ese informe se otorgaba una centralidad al concepto de desarrollo sostenible, mediante la creación de un modelo de desarrollo económico-ambiental distinto al existente, donde el aspecto productivo y económico se encontraba desvinculado o aislado de la necesidad de conservación del ambiente, así como, de garantizar una mejor calidad de vida de los seres humanos. El "Informe *Brundtland*" cuestiona los poderes, de cualquier clase, ya sean del mercado, del Estado, de la política, inclusive, del mismo ser humano por subordinar y destruir al ambiente. El término desarrollo no puede estar aislado del término ambiente.

El desarrollo humano, necesita que se fije, como parámetro, la utilización racional de los recursos naturales. En esto consiste un ambiente equilibrado o desarrollo sustentable (Pérez, 2000). Desde la vigencia de la Constitución de la República del Ecuador de 2008, el Desarrollo Sostenible y Sustentable, forma parte de la esencia de nuestros nuevos valores individuales, sociales y políticos (Epstein, 2003), que fueron elevados a principios constitucionales, siendo de obligatorio cumplimiento, iniciar un proceso de adecuación legislativa a los mandatos constitucionales (CRE)³⁷.

El Desarrollo Sostenible y Sustentable toma conciencia que los problemas ambientales es un problema ético, de insensibilidad colectiva, y amparados en diversos saberes y culturas, mediante un diálogo intercultural, se intenta utilizar el conocimiento humano y las nuevas tecnologías al servicio de la humanidad, para la consecución del desarrollo sostenible y sustentable. El pensamiento económico anterior a la Constitución de Montecristi de 2008, no contribuía a conocer las raíces de los problemas económicos-ambientales que acarreaban las actividades productivas, siguiendo el poder del mercado, sino que contribuía a su generación y proliferación, en donde, en lugar de resolverlos, se los multiplicaba, para un permanente e ilimitado lucro. En el Ecuador, cada día, se está tomando más conciencia ambiental, dirigiéndose hacia una nueva relación producción-ambiente, siendo un importante objetivo, el cambio de la matriz productiva (Plan Nacional para el Buen Vivir 2007-2013).

³⁶ "A partir de los acuerdos internacionales del proceso de negociación que condujo a la Conferencia, que se sentaron las bases para que en los años siguientes tomaran cuerpo los aspectos ambientales en el comercio internacional". (Avellaneda, 2009).

³⁷ Art. 84. "La Asamblea Nacional y todo órgano con potestad normativa tendrá la obligación de adecuar, formal y materialmente, las leyes y demás normas jurídicas a los derechos previstos en la Constitución y los tratados internacionales, y los que sean necesarios para garantizar la dignidad del ser humano o de las comunidades, pueblos y nacionalidades. En ningún caso, la reforma de la Constitución, las leyes, otras normas jurídicas ni los actos del poder público atentarán contra los derechos que reconoce la Constitución". (CRE).

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de Río de Janeiro estableció líneas generales que debían seguirse e incorporar en los ordenamientos jurídicos de los países del mundo, pero a lo largo del proceso de Río, la proyectada Carta quedó convertida en una declaración de contenido filosófico-político, contenida de 27 Principios que establecen los criterios generales, en cuya virtud, tendrán que hacerse compatibles las exigencias del desarrollo de los países con las de la protección del ambiente (Juste, 1999). De acuerdo a lo establecido en el art. 275 de la (CRE)³⁸, el desarrollo sostenible y sustentable se encarga de integrar y complementar los sistemas económicos, políticos, socio - culturales y ambientales. De esta integración y complementación, el desarrollo sostenible y sustentable plantea una visión holística del “Desarrollo”, en contraposición del “Desarrollismo”, que no integra ni complementa estos elementos, sino que reciben un tratamiento aislado y compartimentado. Es un imperativo constitucional que las compañías mercantiles, al realizar sus actividades establecidas en el objeto social, integren y complementen estos elementos.

8.- Hacia el “Societarismo” para el Desarrollo.

La finalidad de las actividades que realizan las compañías mercantiles, por imperativo ético y legal, debe ser la consecución del desarrollo sostenible y sustentable (Epstein, 2003)³⁹. Es muy difícil que el sector privado empresarial comprenda esta finalidad, y es muy difícil, porque ya lo ha intentado la ciencia, la política y la religión sin resultados positivos hasta estos momentos, porque el sector privado empresarial, por sus temores intrínsecos al cambio, no tiene la capacidad de recepción de esta clase de principios, porque esos temas son considerados abstractos e intrascendentes. Mejor hay que aprovechar estas líneas para exigir sentido común y lógica generacional, es mucho más fácil, y esta facilidad la obtenemos gracias al complejo de inteligencia que tiene el sector privado empresarial, y no cabe duda, lo sean o lo parezcan, en ocasiones hasta convencen, y gracias a ese complejo, es que se puede tratar el sentido común y la lógica generacional.

El sentido común del sector privado empresarial consistiría en preguntarse, siempre desde la visión del negocio, **(i)** ¿es negocio para las compañías mercantiles contaminar el ambiente?, **(ii)** ¿es negocio para las compañías mercantiles destruir los recursos disponibles?, **(iii)** ¿es negocio para las compañías mercantiles mantener tecnologías obsoletas?, **(iv)** ¿es negocio para las compañías mercantiles mantener

³⁸ Art. 275.- “El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del *sumak kawsay*...” (CRE).

³⁹ “...el desarrollo sostenible es la meta para la supervivencia ambiental global, la prosperidad económica nacional, y un sólido crecimiento corporativo. Pero tanto ambientalistas como ejecutivos corporativos a menudo están frustrados con lo que parece ser carencia de flexibilidad de regulaciones y reguladores en el manejo efectivo de los cambios requeridos para balancear políticas económicas y ambientales sólidas (...) “El desarrollo sostenible requiere un progreso que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. La línea fundamental es encontrar la manera menos costosa para reducir la cantidad de contaminación. Ethephan Schmidheiny ha señalado su noción de desarrollo global sostenible a partir de una perspectiva de negocios. Un número creciente de líderes corporativos está convencidos de que tiene buen sentido de negocios el asegurar el futuro de sus corporaciones integrando los principios del desarrollo sostenible dentro de sus operaciones. Esos líderes consideran que no podrá darse crecimiento en el largo plazo a menos que sea sostenible ambientalmente. El consenso es que ésta noción de desarrollo sostenible es conveniente para naciones y corporaciones”. (Epstein, Marc).

modalidades insostenibles de producción, comercio y consumo? El sentido común indicaría que no es negocio, y desde su propia lógica, no podrían realizar actividades que no sean un buen negocio, o por lo menos, un negocio. Qué justificaciones ofrece el sector privado empresarial? Son variadas, con algo o mucho de razón, como la **(i)** falta de transferencia de tecnologías, **(ii)** elevados costos de producción, **(iii)** falta de políticas públicas, **(iv)** posibilidad de competencia desleal, **(v)** mano de obra no calificada, **(vi)** falta de educación para el consumidor. Todas ciertas y válidas, en mayor o menor grado. El buen negocio debería ser para todos los actores sociales, y no solamente para el sector privado empresarial (Epstein, 2003)⁴⁰.

La lógica generacional, es decir, aquella que se establece como la razón de existencia de los seres humanos, la responsabilidad para las futuras generaciones, no puede permitir un desarrollismo o crecimiento económico ilimitado. Los científicos y economistas afirman que el destino es el precipicio, y que se debe interrumpir el esfuerzo por hacer crecer la economía ilimitadamente. Lo ideal sería que el crecimiento económico no tuviera límites – desarrollo sostenible, pero los recursos naturales son finitos, pero en el momento en que el crecimiento económico sea ilimitado, las futuras generaciones no tendrían oportunidad de encontrar su desarrollo. Por tal motivo, el crecimiento económico no debería ser acelerado e indiscriminado, sino sostenible y sustentable, sostenible en el tiempo y sustentable con el ambiente.

Dentro de ese contexto, los países del Sur-pobres, se formulaban y se formulan las siguientes interrogantes: **(i)** ¿sería justo para los países del Sur-pobres limitar su crecimiento económico, y por ende, limitar su desarrollo, cuando los países del Norte, ya alcanzaron el suyo?, **(ii)** ¿los países del Sur-pobres, al limitar su crecimiento económico, estarían condenados a la pobreza?, **(iii)** ¿cuál sería el nuevo papel de los países del Norte, con relación al desarrollo de los países del Sur?. El *Societarismo* para el Desarrollo, está convencido que los problemas ambientales afectan a toda la humanidad, pero también está convencido que dichos problemas, son percibidos de una manera diferente: **(i)** los países del Norte-ricos, los tratan como una cuestión de calidad de vida y confort, mientras que los países del Sur-pobres, los tratan como una cuestión de gestión para la subsistencia, **(ii)** los países del Norte-ricos, ya consiguieron su desarrollo, mientras que los países del Sur-pobres, están incipientes, **(iii)** los países del Norte-ricos, protegen al ambiente para deleitar su mirada, mientras que los países del Sur-pobres, la miran con hambre.

Los nuevos atributos del “*Societarismo* para el Desarrollo”, para abonar al Derecho Societario y al *animus sociatatis* en que se fundamentarán las compañías mercantiles, construido por los “verdes” del Derecho Societario ecuatoriano, se sintetizan en **(i)**

⁴⁰ “*General Motors, un miembro del President’s Council on Sustainable Development (Concejo sobre desarrollo sostenible del presidente), reconoció en su reporte de Interés Público de 1994 que está de acuerdo con los siguientes principios: (...) Las compañías han empezado a reconocer que en los negocios se requiere un balance entre economía y sensibilidad ambiental. Además, reconocer que pueden conseguir ventajas competitivas mediante un examen consciente de procesos y productos, que una reducción de los impactos ambientales a menudo conduce a una rentabilidad corporativa incrementada en el largo plazo con altos rendimientos de producción y mejor calidad de producto. Integrar los impactos ambientales dentro de las decisiones gerenciales a menudo requiere balancear lo económico y lo ambiental lo cual es el núcleo del desarrollo sostenible. A menudo también se demuestran las significativas ventajas financieras que se pueden lograr mediante la innovación en el diseño de procesos y productos motivada por intereses ambientales.*” (Epstein, Marc).

atributo ético, en virtud del cual, los socios de las compañías mercantiles han distorsionado los valores éticos del *animus societatis* que los impulsa en sus actividades productivas. Los socios, como todos los seres humanos, no solamente deben vivir por y para el lucro, sino también para mejorar la escala de valores. Ninguna compañía mercantil puede constituirse ni funcionar, si sus socios no tienen claro el nuevo rol ético de su "*animus societatis*". El nuevo paradigma es el "*animus societatis virides*" o "*animus societatis*" en clave verde, donde ya no haya socios ricos y ambiente pobre, **(ii) atributo del ambientalismo para el desarrollo**, en donde las compañías mercantiles, sus administradores y socios, deben actuar contra todo tipo de contaminación que afecten al aire, agua y suelo, convirtiéndose en los principales impulsores y ejecutores de las políticas de desarrollo sostenible y sustentable diseñadas por el Estado, **(iii) atributo de la innovación tecnológica**, ya que es un imperativo que las compañías mercantiles sustituyan tecnologías obsoletas y sucias que contaminan el ambiente, por tecnologías modernas y limpias que protejan al ambiente, innovando y creando formas superiores de producción, **(iv) atributo de la información**, donde las compañías mercantiles deben emplear políticas de información y comunicación, a nivel interno y externo, sobre el nuevo rol histórico-societario de las compañías mercantiles, **(v) atributo de la educación para el desarrollo**, ya que la educación tradicional no se encuentra dirigido a la producción responsable, correspondiéndole al sector privado empresarial tal cometido, mediante planes y programas, sobre diversas modalidades sostenibles de producción, comercio y consumo, según la especialidad de las mismas. Se propone una vinculación de las compañías mercantiles con la comunidad y los centros de educación media y superior. De todos estos atributos depende recuperar la decencia del Derecho Societario.

El "*Societarismo para el Desarrollo*", forma parte del "*Ambientalismo para el Desarrollo*", doctrina científica, política y filosófica ecuatoriana, que responde a un marco de acción teórica, científica y política, donde confluyen: **(i)** la comunidad verde que lucha por la conservación del ambiente, **(ii)** la comunidad científica responsable, y **(iii)** la comunidad política comprometida con la democracia y con el desarrollo de los pueblos, para la consecución del desarrollo humano sostenible y sustentable. La congruencia y complementación de estos tres elementos, ayudará al cambio de la matriz mental necesaria para realizar los cambios.

El "*Societarismo para el Desarrollo*", se fundamenta en el derecho a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, y el derecho al desarrollo de los pueblos, los mismos, que se encuentran ubicados dentro de los derechos denominados como derechos solidarios, derechos que se encuentran constitucionalizados en los artículos 14 y 275 de la (CRE)⁴¹, constituyéndose en uno de los logros más significativos del Derecho Constitucional ecuatoriano. El Derecho al Desarrollo (Gómez, 1999)⁴² es producto de todo un proceso histórico que se inició con los derechos civiles y políticos y continuó con los derechos económicos, sociales y culturales, hasta llegar en la actualidad, donde pone término, por el momento, a todo un proceso evolutivo de los derechos humanos iniciados con la Revolución Francesa, convirtiéndose, en un

⁴¹ Art. 14.- "*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...*" Art. 275.- "*El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay...*" (CRE).

⁴² "*Se trata de un derecho síntesis, que integra el conjunto de los derechos humanos, tanto en el ámbito nacional como en el internacional*". (Gómez, 1999).

derecho que engloba a todos los demás, ya que incluye a todas las facetas del ser humano, ya sea en lo económico, personal, social, cultural, etc (Castro, 1949)⁴³. No puede existir el Derecho al Desarrollo, sino se cambian las modalidades de producción, consumo y comercio.

Para tales objetivos, es indispensable la creación de la Superintendencia del Ambiente, para dar cumplimiento al art. 213 de la (CRE)⁴⁴, que se encargará de la vigilancia y control de las actividades realizadas por las compañías mercantiles y para que sirva de soporte científico y técnico para el ejercicio de la vigilancia y control la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, en el ámbito societario.

9.- Conclusiones.

10.1.- El actual pensamiento societario ecuatoriano no contribuye a conocer las causas y efectos de los problemas originados por el objeto social establecido en el estatuto social de las compañías mercantiles, sino que contribuye a su generación, proliferación y encubrimiento. Hay que recuperar la decencia y dignidad del Derecho Societario. El próximo año 2017, se celebrarán veinte y cinco años desde la celebración de la Conferencia de Río de Janeiro de 1992, y los administradores y socios de las compañías mercantiles todavía ni siquiera conocen los principios de la Declaración de Río, tal como lo dispone el art. 3 de la Ley de Gestión Ambiental (en adelante LGA)⁴⁵. Se debe generar un cambio para la re-construcción de un nuevo modelo jurídico y económico para el desarrollo de las compañías mercantiles, y dentro de ese marco, la re-elaboración del nuevo Derecho Societario. Por tal motivo, la exigencia ambiental en las actividades de las compañías mercantiles es un imperativo moral, es un imperativo económico, y un imperativo jurídico.

10.2.- La función social y la función ambiental en el desarrollo de actividades productivas es un imperativo constitucional establecido en el artículo 66, numeral 15 de la (CRE)⁴⁶, y por ende, de obligatorio cumplimiento. Cada compañía mercantil, cada unidad productiva, se encuentra en la obligación, en el imperativo moral de cuidar su entorno, de cuidar la comunidad a la que pertenece y a la que se debe. Cuando una compañía mercantil se constituye, asume el compromiso y la responsabilidad de ejercer la función social y ambiental de las actividades que genere su objeto social.

⁴³ *“Son en realidad la clave de la dignidad del hombre. En su esencia consisten en el solo derecho que incluye a todos, o sea, la propiedad de absoluta libertad para desarrollar hasta el máximo toda capacidad y talento potenciales del individuo para su autogobierno, seguridad y satisfacción más eficaces. En este trascendente derecho humano están implícitos todos los otros, recibiendo cada uno un lugar prominente a una importancia que depende del carácter particular o de las tendencias de las diferentes épocas.”* (Castro, 1949).

⁴⁴ Art. 213.- *Las superintendencias son organismos técnicos de vigilancia, auditoría, intervención y control de las actividades económicas, sociales y ambientales, y de los servicios que prestan las entidades públicas y privadas, con el propósito de que estas actividades y servicios se sujeten al ordenamiento jurídico y atiendan al interés general (...) Las facultades específicas de las superintendencias y las áreas que requieran del control, auditoría y vigilancia de cada una de ellas se determinarán de acuerdo con la ley.* (CRE).

⁴⁵ Art. 3.- *El proceso de Gestión Ambiental, se orientará según los principios universales del Desarrollo Sustentable, contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de 1992, sobre Medio Ambiente y Desarrollo.* (LGA).

⁴⁶ Art. 66.- *“Se reconoce y garantizará a las personas: 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental”.* (CRE).

10.3.- Reformar la Ley de Compañías, propiciando y generando, en el área societaria, **(i)** La inclusión del “*animus societatis virides*” o “*animus societatis*” en clave verde, **(ii)** la incorporación del ambientalismo para el desarrollo, **(iii)** el concepto de gerencia responsable con el ambiente, en todos los órganos de gobierno, administración y fiscalización de las compañías mercantiles, **(iv)** la aplicación de políticas de desarrollo sostenible y sustentable, **(v)** el fomento a la investigación y desarrollo de tecnologías limpias, **(vi)** La incorporación de la educación para el desarrollo, **(vii)** políticas de gestión responsable y ética de los procesos productivos relacionados con el ambiente, **(viii)** un objeto social ambientalmente ejercido, **(ix)** el establecimiento de una causal de disolución de las compañías mercantiles por violar el objeto social estatutario, *ambientalmente ejercido*, previo informe del organismo de control correspondiente.

10.4.- La creación de la Superintendencia del Ambiente, que se encargará de la vigilancia y control de las actividades realizadas por las compañías mercantiles y para que sirva de soporte científico y técnico para la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

BIBLIOGRAFÍA

- Acero, J. (1983). John Locke, entre la filosofía y la política. En J. Prado, *Enciclopedia "Historia del Pensamiento"* (Vol. II, págs. 234-241). Barcelona, España: Editorial Planeta.
- Arecha, Martín y García, Héctor. (1974). *Sociedades Comerciales. Análisis y comentario de la ley Argentina*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Depalma.
- Avellaneda, A. (2009). *Diplomacia y negocios ambientales internacionales. Gestión ambiental y planificación del desarrollo. El sujeto ambiental y los conflictos ecológicos distributivos*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones Ltda.
- Ávila, R. (Mayo 2013). Los derechos de la naturaleza y el liberalismo. *Novedades Jurídicas*.(Año X. Número 83), 63.
- Bermudo, J. (1983). Rousseau, filósofo de la naturaleza humana. En J. Prado, *Enciclopedia "Historia del Pensamiento"* (Vol. II, págs. 301-312). Barcelona, España: Editorial Planeta.
- Brigante, R. (2000). Orden Público y Derecho Societario. *Derecho Societario No.5*, 84.
- Cassis, N. (1973). *Comentarios al articulado de la ley de Compañías del Ecuador. Secciones I y II*. Guayaquil, Ecuador: Departamento de publicaciones de la Universidad de Guayaquil.
- Castro, J. (1949). *Los derechos del Hombre. Estudios y omentarios en torno a la nueva Declaración Universal*. México DF, Estados Unidos Mexicanos: Fondo de Cultura Económica. Biblioteca de Amparo y Derecho Constitucional.
- Código Civil*. (s.f.).
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. (s.f.).
- Constitución de la República del Ecuador*. (2008). Montecristi, Ecuador.
- Dávila, C. (1999). *Corporación de Estudios y Publicaciones*. Quito, Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Epstein, M. (2003). *El Desempeño Ambiental en la Empresa*. Bogotá, Colombia: Ecoediciones, colección textos universitarios.
- Gago, Bernardo, González, Carlos. De Lia, Luis y De Lía, José. (1980). *Sociedades por acciones. Estudio teórico y práctico*. Santafé, Argentina: Editores Rubinzal-Culzoni.
- Gómez, F. (1999). *El derecho al desarrollo como derecho humano en el ámbito jurídico internacional*. Bilbao, España: Universidad de Deusto.
- González, A. (1983). Thomas Hobbes, por el contrato hacia el Leviathan. En J. Prado, *Enciclopedia "Historia del Pensamiento"* (Vol. II, págs. 227-233). Barcelona, España: Ediciones Planeta.
- Granada, M. (1983). Aristóteles, la culminación de todo un período de la historia de la filosofía. En J. Prado, *Enciclopedia "Historia del Pensamiento"* (Vol. I, págs. 149-169). Barcelona, España: Editorial Planeta.
- Guzmán, M. (1968). *La constitución de la sociedad anónima en el Ecuador*. Quito, Ecuador.
- Halperin, I. (1964).
- Iturralde, E. (2001). *Poemario Ecológico SELVA, primera parte*. Ecuador: Editorial El Sol.
- Juste, J. (1999). *Derecho Internacional del Medio Ambiente*. Madrid, España: McGraw-Hill.
- Maite Vincueria Berdejo.
- Ley de Compañías*. (s.f.).
- Londoño, B. O. (s.f.).
- Mascheroni, F. (1987). *Sociedades Anónimas* (Segunda ed.). Buenos Aires, Argentina: Editorial Universidad.
- Pèrez, E. (2000). *Derecho Ambiental*. Bogotá, Colombia: Lily Solano.
- Pinzón, G. (1988). *Sociedades Comerciales. Teoría General*. (V ed., Vol. I). Bogotá, Colombia: Editorial Temis.
- Plan Nacional para el Buen Vivir 2007-2013*. (s.f.). Quito, Ecuador.
- Salgado, R. (1982). *La Sociedad Anónima en el Ecuador*. Quito, Ecuador: Fondo de Cultura Ecuatoriana. Biblioteca Nacional de Libros de Derecho.

004. EL NOTARIO Y SU POSIBLE ACTUACIÓN COMO MEDIADOR EN EL ECUADOR.

Autora:

Dra. Gloria Lecaro Nath

glecaro@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica Ecotec

Guayaquil, Ecuador

RESUMEN:

El trabajo trata de la necesidad de implementar la Mediación Notarial para resolver los conflictos en temas de jurisdicción voluntaria, que pudieran resolverse más ágilmente y a menor costo en una Notaría. Debido a la no utilización de la Mediación Notarial las Unidades Judiciales y Centros de Mediación se encuentran abarrotados de casos que pudieran resolverse de una forma amigable. Frente a este desconocimiento es necesaria la implementación de la Mediación Notarial, a través de la inclusión de la figura del Notario como Mediador, para que de esta forma se pueda ampliar los lugares donde las partes en conflicto puedan someter sus diferencias ante un Mediador. El Notario será parte de esta modernización en el Ecuador con el tema de la mediación, lo cual sería un adelanto para la sociedad, pues se hace necesario que el Notario tenga funciones de Mediador, para lo cual es necesario la alternativa legal pertinente, en la que se señalará el trámite que deben seguir las partes en conflicto para someterse a esta nueva herramienta jurídica.

PALABRAS CLAVES: Mediación, Notaria, Notarios, Mediador, Solución de Conflictos.

INTRODUCCION

Actualmente vivimos en una sociedad que muchas veces presenta conflictos de todo tipo y muchas veces conflictos legales también, por lo que siempre es necesario solucionarlos de la manera más óptima, sin embargo, esas soluciones a veces no son justas para las partes por la vía legal, por ello, se hace necesario que las notarías implementen también la mediación como parte de sus actividades, con el fin de crear una ayuda para resolver conflictos en la sociedad. A pesar de que se cuenta con la ayuda de los Centros de Mediación, esto no es suficiente, pues la demanda es impresionante, en estos últimos años, pues hay muchos casos que los Centro de Mediación no alcanzan a solucionar por la cantidad de trabajo que tienen, y realmente son conflictos pequeños, que bien puede solucionarlo un Notario y de esta forma contribuir al bien de la sociedad toda.

En el Ecuador no existe la mediación notarial, por lo que los centros de mediación de las unidades judiciales están manejando todos los casos de mediación y realmente no se alcanzan con tanta demanda que existe en el mercado, debido al latente problema de saturación de causas. Entonces, algunos conflictos se quedan sin resolver o las partes involucradas terminan insatisfechas.

Actualmente, en Ecuador, todavía existen casos de conflictos familiares, vecinales, laborales o personales difíciles de resolver, para lo cual muchas veces se utiliza la mediación, como método alternativo de solución de conflictos. Sin embargo, esta no termina de ser del todo efectiva, ya que como los mediadores no son notarios este proceso no termina de ser del todo legal. Si los notarios fuesen los mediadores, los documentos y la solución de conflictos estarían aprobados por la ley y así resolvería el problema con mayor seriedad y eficacia.

La solución de conflictos debe ser siempre práctica, positiva, posible, pertinente y de bajo costo para ambas partes, además de justa, y un notario es la persona adecuada para llevar a cabo este proceso debido a su experiencia y reconocimiento en el medio judicial.

La mediación se adoptó en Ecuador en 1997. El 4 de septiembre de ese año, la Ley de Arbitraje y Mediación, No. 000, fue publicada en el Registro Oficial No. 145, la cual dio apertura a los métodos alternativos de solución de conflictos como el Arbitraje y la Mediación. Constitución la reconoce como tal en el Art 190, primer inciso: "Se reconoce el arbitraje, la mediación y otros procedimientos alternativos para la solución de conflictos. Estos procedimientos se aplicarán con sujeción a la ley, en materias en las que por su naturaleza se pueda transigir."

La creación de la Mediación surge como respuesta a los problemas que ha tenido que enfrentar la justicia, pues su objetivo es buscar una

resolución que satisfaga a las dos partes. El mediador se encarga de guiar a los involucrados y con ello el Estado también se beneficia. Esto es muy importante para nuestro país, ya que promueve una mejora en nuestra cultura.

Sin embargo, en Ecuador todavía no existe la mediación en materia notarial. Eso quiere decir que los notarios no son los que se encargan de manejar estos procesos. Mientras que en países anglosajones ya se ha implementado esto, y en otros, como España, se señala la importancia del mismo.

MARCO TEÓRICO

La mediación nació a mediados de 1970 en Estados Unidos y surgió como una institución orientada a la resolución alternativa de conflictos. El resultado fue bueno y debido a ello, se la incorporó al sistema legal. "Y en algunos estados, como California, se la instituyó como instancia obligatoria, previa al juicio. Esto significa que frente al conflicto, las partes deben iniciar previamente una instancia de mediación; recién en ese momento podían ingresar en el sistema formal". (Vivero, 2012)

En países como Alemania, el cual no se caracteriza por su cultura del negocio, la mediación se ha incrementado considerablemente en los últimos años, en materias como la resolución de conflictos que afectan al medio ambiente, derechos económicos, conflictos laborales, arrendamientos, disputas entre vecinos, o consumidores. España fue el país más retrasado en incorporar las técnicas de solución de conflictos. Sin embargo, últimamente esto ha cambiado y el movimiento está creciendo. Especialmente en el ámbito de la mediación familiar. Además se está fomentado y difundiendo la mediación mediante programas de formación y capacitación. (Luna, 2011)

Mientras que en Sudamérica, la Mediación nació en 1992, en Argentina. Esta nueva tendencia surgió cuando el Poder Ejecutivo Nacional dictó el decreto No. 1480/92, el cual declaró la institucionalización como interés nacional y el desarrollo de la mediación como método alternativo para la solución de controversias. El 8 de septiembre del mismo año, el Ministerio de Justicia creó el Cuerpo de Mediadores.

En Ecuador la Mediación recién surgió 5 años más tarde, cuando se creó la Ley de Arbitraje y Mediación, que fue publicada en el Registro Oficial No. 145. Entonces se dio inicio a los métodos alternativos de solución de conflictos. La Ley permaneció igual hasta el 25 de febrero del 2005, cuando fue reformada y publicada en el Registro Oficial No. 532. Esta es la que sigue vigente. Y aquí se establecieron las normas de la mediación.

Esto generó un cambio, pues la legislación se modernizó y la cultura nacional se vio beneficiada. Actualmente la Mediación es reconocida como método alternativo de solución de conflictos dentro de nuestra Constitución de la República del Ecuador en el Art 190 inciso 1ero en el cual señala que: “Se reconoce el arbitraje, la mediación y otros procedimientos alternativos para la solución de conflictos. Estos procedimientos se aplicarán con sujeción a la ley, en materias en las que por su naturaleza se pueda transigir.” (Espinosa, 2013)

Estos métodos alternativos de solución de controversias fueron la respuesta perfecta para los grandes problemas que ha enfrentado la justicia. La mediación está hecha para apoyar en una búsqueda de solución que satisfaga a todas las partes involucradas, y en este proceso se guía a las partes a manejar sus propios conflictos y así se las empodera. El Estado también comparte la responsabilidad sobre esta solución de controversias.

El notariado es una de las instituciones de mayor tradición profesional, la cual ha generado confianza y seguridad jurídica en los diferentes niveles sociales. En ocasiones, el Notario es visto como el antiguo sacerdote o médico familiar, pues la gente confía mucho en él y por eso van a las notarías en busca de soluciones rápidas, por lo tanto se considera importante que el Notario pueda adquirir funciones de Mediador. (Rodriguez, F., 2015)

Según el COGEP los notarios tendrán nuevas competencias tales como: Aprobación de Constitución de sociedades civiles y mercantiles y sus consecuentes reformas, autorización e inscripción de matrícula de comercio, requerimiento de la persona deudora para constituirlo en mora, caución e inventario de su fruto, desahucio, inscripción del contrato de arrendamiento (canon mayor a un SBU), designación de administrador común, oficio al registro mercantil para inscripción de constitución de sociedades civiles y mercantiles. Declaración Juramentada para posesión notoria de Estado Civil, declaración de partición de bienes hereditarios. Terminación de la unión de hecho y divorcio por mutuo consentimiento, siempre que no hayan hijos dependientes.

Sin embargo, en Ecuador todavía no se ha aumentado las atribuciones en materia de mediación, lo cual significa que todavía no existe la mediación notarial. Eso quiere decir que los notarios no son los que se encargan de manejar estos procesos. Mientras que en países anglosajones ya se ha implementado esto, y en otros, como España, se señala la importancia del mismo. (Bautista, 2014)

En esta sesión se creó un grupo llamado Punto Neutro Promoción Mediación Civil y Mercantil. Ollé también resaltó la “apuesta del Notariado por la mediación, ya que los notarios pueden desarrollar de manera idónea esta función”, enfatizando en que el acuerdo alcanzado por las partes “debe ser elevado a título ejecutivo mediante su autorización en escritura pública notarial” (Olle, 2013)

De acuerdo a la ley de Mediación y Arbitraje Ecuatoriana, en su artículo 43, “Mediación es un procedimiento de solución de conflictos por el cual las partes, asistidas por un tercero neutral, llamado mediador, procuran un acuerdo voluntario, que verse sobre materia transigible, de carácter extra judicial y definitivo, que ponga fin al conflicto”.

Según el artículo 44 de la misma ley dice que la mediación podrá solicitarse a los centros de mediación o a mediadores independientes debidamente autorizados, por lo que se puede concluir que el Notario puede ser Mediador. En el Art. 47 de la Ley de Mediación dice que el procedimiento Mediación concluye con la firma de un acta en el que consta el acuerdo total o parcial o en su defecto la imposibilidad de lograrlo. En el Art. 18 de la ley Notarial en la que constan todas las atribuciones de los Notarios, la mayor parte de ella concluye con la expedición de un Acta Notarial. En conclusión, tanto en materia de Mediación y Notarial, se termina con la expedición de un Acta, en la cual se declaran o extinguen derechos.

La definición de Notario es casi la misma en todos los países, sin embargo, existen ciertas variantes. De acuerdo a la Ley Especial del Notariado Argentino, en su Art. 1, un notario es un “funcionario público, autorizado para dar fe, conforme a las leyes de los contratos y demás actos extrajudiciales.”

Para Giménez Arnau, “Notario es el profesional de Derecho que ejerce una función pública para robustecer, con una presunción de verdad, los actos en que interviene para colaborar en la formación correcta del negocio jurídico y para solemnizar y dar forma legal a los negocios jurídicos privados, y de cuya competencia, solo son razones históricas, están sustraídos los actos de la llamada jurisdicción voluntaria”(Gimenez, 2014).

“Debido a esto y a su independencia e imparcialidad, se dice que el notario es un profesional preparado para ayudar a la ciudadanía” (Rodas, 2014).

Con esto se concluye que la función notarial debería ocuparse de los mecanismos de solución de alternativa de conflictos, pues un notario es, esencialmente, una persona a quien, por sus cualidades humanas y profesionales, honorabilidad, ética, autenticidad, profesionalismo, rectitud, ausencia de vicios, buenas costumbres, se le puede encomendar la Mediación. El notario es considerado una persona dotada de cualidades morales, cualidades que le permiten desempeñar una de las funciones más importantes que le son atribuibles: la fe pública. El notario escucha a las partes y determina la posibilidad legal de efectuar lo que las partes pretenden, por tal razón sería una tercera persona totalmente imparcial, objetiva y capacitada para apoyar a las partes a que encuentren una solución. Se lo podría denominar como un “auténtico auxiliar de la administración de justicia”.(Marie Ebuer- Eschenbach, 2014)

Desde hace dos años, en España, se están realizando campañas para dar a conocer a los ciudadanos las bondades y ventajas que aporta la mediación y la importancia de formar a los notarios en este ámbito. El Colegio Notarial de Cataluña ha organizado iniciativas como la creación del Premio Diálogo, organizado junto a ESADE, que premia trabajos de alumnos de 1º de Bachillerato centrados en la difusión de la mediación. Además, fueron seleccionados como "partner" del CEDR británico, uno de los centros de mediación más importantes del mundo, en un proyecto financiado por la Unión Europea dirigido a la formación de formadores de mediadores.

Todo esto lo hacen con el propósito de apoyar firmemente a la mediación, ya que creen que potenciándola "conseguirán una reducción de costes sociales e individuales que hará posible una justicia más rápida, eficaz y eficiente para el ciudadano." Lo mismo podría realizarse en nuestro país con la intención de promover la solución de conflictos desde temprana edad. Y así incentivar la mediación en materia notarial.

En el mundo actual, la corriente ha determinado que el Ecuador se inscriba dentro de los mecanismos alternativos para resolver conflictos y la vieja conciliación judicial se remozca en la figura de la mediación como institución jurídica joven, autónoma e independiente.

El artículo 118, inciso 3, de la Constitución codificada en 1997 señalaba que: "se reconoce el sistema arbitral, la negociación y otros procedimientos alternativos para la solución de las controversias". La Constitución de la República del Ecuador, vigente contempla la "transacción" y la "conciliación" en materia laboral; al establecer en el artículo 35 numeral 5 que: "Será válida la transacción en materia laboral; siempre que no implique renuncia de derechos y se celebre antes autoridad administrativa o juez competente". Y en el numeral 13 que: "Los conflictos colectivos de trabajo serán sometidos a tribunales de conciliación y arbitraje... "En el artículo 190 de la Constitución de la República del Ecuador, consagra definitivamente como principio constitucional a los procedimientos alternativos para la resolución de conflictos". "Se reconocerán el arbitraje, la mediación y otros procedimientos alternativos para la resolución de conflictos, con sujeción a la ley".(Asamblea Constituyente, 2008)

Tanto artículo 2.357 del Código Civil como el artículo 47 de la Ley de Arbitraje y Mediación, señalan que el acta de mediación tiene efecto de sentencia ejecutoriada y cosa juzgada en última instancia. No obstante, el Código Orgánico General de Procesos, que entró en vigencia el 22 de mayo del 2015, y de acuerdo a la disposición segunda de las disposiciones finales de este código el tema de la ley notarial será de aplicación inmediata, trajo nuevas regulaciones al respecto del tema de la transacción.

La relación entre mediación y transacción exhibe gran importancia para quienes negocian directamente o median los términos de un acuerdo, pues, como vemos, el contrato de transacción extrajudicial, al igual que el acta de mediación, tiene mérito de cosa juzgada en última instancia, de modo que, cuando se trata de una transacción extrajudicial, se puede prescindir de la firma de un mediador certificado o autorizado en los términos de la Ley de Arbitraje y Mediación, pues como secuela de la transacción, el contrato transaccional tiene el mismo efecto jurídico que una sentencia ejecutoria de última instancia. (Poveda, 2006)

De modo tal que a través de un mediador independiente o de un centro se puede negociar o mediar y lograr un acuerdo a través de una acta de mediación, conforme a la Ley de Arbitraje y Mediación, título de la Transacción del Código Civil.

Si el procedimiento de mediación ha permitido a las partes descubrir sus intereses, generar opciones creativas de solución y, si ellas están de acuerdo en la solución satisfactoria y posible para ambas que les permita resolver el conflicto o al menos parte de él, este acuerdo se deberá recoger en un acta de mediación.

Las partes pueden estar de acuerdo en términos generales pero, en detalle es el documento escrito el que deberá ser discutido. El mediador redacta el borrador que contiene las decisiones adoptadas y sus intenciones. Luego se lee dicho borrador a las partes para que la estudien. Se realizan las correcciones y ajustes necesarios y finalmente se redacta el acuerdo final. Esta acta tiene efecto de sentencia ejecutoriada o cosa juzgada y se ejecutará del mismo modo que la sentencia de última instancia, siguiendo la vía de apremio.

La mediación se está instalando rápidamente en la sociedad como un sistema alternativo de Solución de Conflictos. Y gracias a esto, la cultura se ha transformado, pues ahora las personas optan por resolver sus conflictos mediante el diálogo, lo cual crea una sociedad más civilizada, ya que las partes involucradas conversan y llegan a un acuerdo que los beneficie a ambos.

Los sistemas alternativos de resolución de conflictos son todos aquellos procedimientos que tienen como característica principal que resuelven conflictos civilizadamente. Es decir, no presentan litigio para resolverlos, no existe el enfrentamiento o pelea entre dos personas, no se crean oposiciones de ideas ni argumentos, ni existe un juez que determine cuál de las partes gana o tiene la razón.

En estos sistemas participan las partes involucradas en el conflicto, lo cual las convierte en los únicos capaces de resolver sus problemas. Claramente, la mediación es uno de estos sistemas alternativos. En el Ecuador, esta se incorporó primero en la rama familiar, especialmente en la resolución de conflictos que involucraban temas familiares.

Teniendo como referencia a otros países más desarrollados o bien encaminados, nos podemos dar cuenta que si el derecho notarial es manejado con profesionalismo, imparcialidad y seriedad podría ser una gran apoyo en la resolución de conflictos. El Notario, en un proceso de mediación deberá limitarse a levantar el acta del acuerdo de mediación, que le presenten las partes mediadas, pudiendo dar fe pública de lo presentado.

La mediación la dirige un mediador con independencia de cuál sea su profesión de base (notario, abogado, psicólogo, etc.), y tiene sus propias técnicas que no se aprenden ni en la facultad de derecho, ni en las escuelas de práctica jurídica. Muchas veces el éxito de la mediación consiste en que las partes sean capaces de hablar entre ellas sin discutir, y en las mediaciones familiares, la idea es que se consiga restablecer la relación familiar, o que se consiga que ésta no se rompa y perdure, aunque no se llegue a ningún acuerdo.

Si un notario se dedica, además de a las funciones que la ley notarial le encomienda a la mediación, no hay ningún problema. Pero en el momento en que actúe como mediador deberá cambiar el “chip” de jurista por el de mediador que es muy distinto y, a veces nada fácil de situar, dejando de ser notario para ser conciliar. El notario, o cualquier otro profesional, que no sean capaces de dejar de lado su profesión, y ejerzan de mediadores jamás serán capaces de efectuar una buena mediación.

En España la Constitución regula en su artículo 24 el derecho a la tutela judicial efectiva, que se consigue cuando se permite que el ciudadano goce de todas las garantías y posibilidades de recurso ante la vulneración de tal tutela en la que el proceso es sólo uno de los medios con los que se cuenta para cumplir esta función, en aras de modernizar, agilizar e innovar, corremos un peligro, que ya comienza a vislumbrarse, un exceso, bien de optimismo al entender que las nuevas leyes van a poner punto final al atasco de la administración de justicia, y lo peor, desde nuestra visión, es que este exceso nos conduzca a confundir instituciones y figuras históricamente definidas y con funciones bien delimitadas, o lo que es aún más peligroso, que los operadores jurídicos asuman un rol en el derecho que no les corresponda, y que hagan que su propia función pierda la nitidez que la caracteriza.

Cuestión totalmente diferente sería que haya una expansión en el ámbito del empleo de estos instrumentos jurídicos, pero manteniendo los operadores jurídicos la naturaleza de su función. Ejemplo de ello podría ser que un notario ejerza como mediador, pero no dentro del marco de sus competencias y de la función notarial, sino en el ámbito de la Ley de Mediación.

Esta consideración nos lleva a puntualizar el marco conceptual en que se mueven la mediación y la jurisdicción voluntaria, así como el Estatuto del Mediador y el Notario en la dación de fe pública. La mediación ha existido siempre, aunque su visión histórica con uniformidad y cohesión, es reciente, data de la década de los años sesenta y setenta, y aparece en los Estados Unidos ante la insatisfacción de la vía judicial como único modo de resolución de los conflictos, y por la carencia de solvencia de los tribunales para resolver todos los temas.

Los modelos y antecedentes de la mediación más conocidos provienen de los procedimientos de resolución de desavenencias laborales en el ámbito industrial, y empieza el interés de la sociedad americana por formas alternativas de resolución de desavenencias, es decir, mecanismos que intentan resolver disputas, principalmente al margen de los tribunales, o mediante medios no judiciales.

España aunque intenta ganar el tiempo perdido en esta materia, ha quedado a atrás en la aceptación y remodelación del pensamiento en cuanto a las ventajas. No ha sido un tema activamente planteado en las Universidades, ni fomentado por parte de la judicatura o del poder legislativo. Aunque cabe indicar que en la última década ha dado pasos agigantados en este tema, bien por las comunidades autónomas donde destaca Cataluña, como pionera en esto, y otras que han ido sumándose a la idea de las innumerables ventajas que tiene el empleo de estas técnicas.

Esto nos lleva a otra diferenciación clave entre ambos instrumentos, en la mediación son las partes las que se ponen de acuerdo bajo la guía del Mediador, mientras que el documento notarial es redactado por el notario, teniendo en cuenta las peculiaridades del sistema notarial, en el que el notario participa en la autoría del documento notarial, y en la más amplia colaboración desde el punto de vista técnico, en correspondencia con la regulación del Reglamento Notarial en su artículo 147, y aunque haya habido asesoramiento o intervención de un letrado en la confección de la minuta que se presenta ante Notario, es requisito que el notario analice el proyecto que se le presente, a la vista del principio de legalidad y lo establecido en la norma.

Una de las peculiaridades que distinguen a la mediación de otros procesos como el arbitraje o procedimientos judiciales, es precisamente que el mediador no adopta una decisión sobre la cuestión litigiosa, aunque puede sugerir opciones e incluso recomendar soluciones que las partes son libres de aceptar o rechazar. Pero no ha de formarse un juicio previo. En este sentido existe una razonable diferencia con la participación del Notario, el cual en coincidencia con lo que señala Sanahuja, no es un mediador.

Aquellas han de acudir a la Notaría con los intereses enlazados en sus líneas generales, en cualquiera de las categorías de unidad, conciliación o contrato. El Notario no es un mediador para poner en relación unos intereses con otros. Tampoco es función legítima suya la de conciliar. Cuando hay oposición de intereses no es apropiado acudir al notario para que resuelva la cuestión, aunque puede hacerlo como otro particular. La misión del notario en España, conforme a lo expresado no es, en general, por tradición ni por ley, la de conciliar intereses ni la de mediar en ellos, pero sí la de dirigirlos y ponderarlos con criterio de justicia y equidad, adaptándolos al interés común resultante de tal orientación.

Se entiende por mediación aquel medio de solución de controversias, cualquiera que sea su denominación, en que dos o más partes intentan voluntariamente alcanzar por sí mismas un acuerdo con la intervención de un mediador. El mediador es el instrumento para aunar a las partes en un camino común de entendimiento y fortalece la cultura de paz y la comunicación.

La mediación se caracteriza por la voluntariedad, por la imparcialidad y neutralidad del mediador, por la flexibilidad del proceso, por la buena fe que debe presidir la actuación de las partes y por la confidencialidad que deben mantener las partes y el mediador respecto de lo que en ella se hable. Y tiene la gran virtud de que puede aplicarse a casi todos los ámbitos sociales: civil, mercantil, penal, penitenciario, comunitario, empresarial, laboral, sanitario, policial, de consumo, escolar. Estas características se marcan en la nueva Ley y en los principios que sostienen la misma.

La diferencia entre la aplicación a situaciones de conflicto o no, marca una distinción insalvable, y es precisamente uno de los caracteres que prevé y posibilita que en el Proyecto de Ley de Jurisdicción Voluntaria, que el notario pase a conocer expedientes de jurisdicción voluntaria, tal como aparece consignado en el artículo 1o. "Objeto y ámbito de aplicación" de la ley notarial.

Sin embargo, superado el precedente histórico que llevó a remitir al conocimiento judicial cuestiones que, en rigor, no exigían su intervención, la atribución al juez de todos los expedientes de jurisdicción voluntaria constituye un obstáculo del que hoy es necesario prescindir. La progresiva especialización de los profesionales del derecho y la confianza que el ciudadano deposita en los operadores jurídicos, han permitido que el Juez comparta con otros agentes la función que hasta ahora tenían atribuida en exclusiva, de tal manera, la presente Ley permite tanto a los jueces como a los secretarios judiciales, notarios, registradores u otro funcionario designado administrar los expedientes de jurisdicción voluntaria en los términos que más adelante se expondrán.

En el caso de la mediación se transita por otro camino, la Ley de Mediación Civil y Familiar española, recientemente aprobado señala entre los requisitos para ser mediador los siguientes: Las personas naturales que se hallen en pleno ejercicio de sus derechos civiles, siempre que no se lo impida la legislación a la que puedan estar sometidos en el ejercicio de su profesión. Pueden dedicarse a la mediación además, personas jurídicas, sean sociedades profesionales o cualquier otra prevista por el ordenamiento jurídico, pero deberán designar para su ejercicio a una persona natural que reúna los requisitos previstos en la Ley.

Es de destacar el requisito profesional fijado por esta norma, al exigir que el mediador deberá estar en posesión de título oficial universitario o de formación profesional superior y contar con formación específica para ejercer la mediación, que se adquirirá mediante la realización de uno o varios cursos específicos impartidos por instituciones debidamente acreditadas, que tendrán validez para el ejercicio de la actividad mediadora en cualquier parte del territorio nacional. Por último, se fija como requisito que el mediador deberá suscribir un seguro o garantía equivalente que cubra la responsabilidad civil derivada de su actuación en los conflictos en que intervenga.

Por tanto, el mediador requiere formación pero en esta materia, no en todos los ámbitos que conoce un Notario. Tampoco se requiere ser especializado en derecho, y se admite la pluralidad de mediadores, mientras que la función notarial es individual, cada notario es una notaría, por ello cada uno tiene y es responsable de su propio protocolo; archivo que en manos públicas contiene las declaraciones de los particulares. Los protocolos notariales tienen reglas de conservación exhaustivas y de control por la garantía que ofrecen.

Los documentos notariales se preservan en el tiempo, por la fuerza que tienen y el valor probatorio. Cuestión que es prácticamente igual en casi todas las legislaciones que siguen el sistema latino, sin embargo, la función del mediador cumple otro objetivo: el acuerdo, por lo que la custodia de los expedientes o documentación acaecida con vistas a las sesiones realizadas para paliar el conflicto no requieren mayores formalidades para su conservación.

Finalmente el acuerdo de mediación y el documento público ostentan diferencias estructurales, en cuanto al concepto de cada uno, la forma de autorización, su conservación y valor. Como su propio nombre lo indica los documentos autorizados por notario son públicos, la presencia de un funcionario que ostenta la fe pública dada por el Estado, es una primera cuestión que no podemos obviar. En contrario, el acuerdo de mediación y el acta final que cierra la fase de la mediación son documentos privados, con el valor que la Ley de Enjuiciamiento Civil les concede, y si es cierto que el mediador declara el carácter vinculante del acuerdo alcanzado, también recomiendan que pueden instar su elevación a escritura pública al objeto de configurar su acuerdo como un título ejecutivo.

La formación de las personas mediadoras ha de contar con una parte específica que se puede impartir bien desde las Notarías, en las cuales los notarios deben estar capacitados para cumplir con esta función, para lo cual entre los requisitos exigidos para conseguir la condición de mediador es necesario tomar un curso de especialización en mediación y obtener la acreditación correspondiente. Estos cursos actualmente se están dando en el país.

Para el desarrollo de la actividad el Notario Mediador parte de condiciones muy particulares, pues tiene la oportunidad de trabajar con mucha más información que la de un juez, pues el mediador en sí explora más allá de lo que dice la Ley y las normas jurídicas, buscando siempre el interés de llegar a una transacción eficiente.

CONCLUSION

Con este trabajo se concluye que es importante considerar como una función específica que los notarios desempeñen la mediación, a fin de que no existan tantos litigios sin resolver por falta de Centros de Mediación en la ciudad de Guayaquil y también para aliviar el tener que ir a litigios en unidades judiciales u otros organismos judiciales, que lo único que logran es aumentar el conflicto entre las personas, además de que el Notario brinda seguridad jurídica en los actos de los ciudadanos frente a terceros y frente al Estado, y asesora de forma imparcial a los involucrados.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitucion de la Republica del Ecuador*. Quito: norma.
- Bautista, O. (2014). *eprints*. Obtenido de <http://eprints.ucm.es/8249/1/oscardiego3.pdf>
- Espinosa, J. (2013). *Space repositorio*. Obtenido de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/759?mode=full>
- Gimenez, A. (2014). *Revista Juridica*. Obtenido de http://www.revistajuridicaonline.com/index.php?option=com_content&task=view&id=455&Itemid=46
- Grupo Europeo de Magistrados por la mediacion en España. (2015). *GEMME*. Obtenido de Mediacion es Justicia: <http://mediacionesjusticia.com/>
- Intermediacion.com. (2015). *Transformacion de conflictos en el mundo hispano*. Obtenido de <http://intermediacion.com/publicaciones/mediacionfamiliar/>
- Leles, M. (2014). *Mediacion y Negociacion Manual para estudiantes*. . Obtenido de http://www.fder.edu.uy/material/leles-mariella_rrll-mediacion-negociacion.pdf
- Luna, J. (2011). *Nuevo sistema de justicia penal acusatorio desde la perspectiva constitucional*. Mexico: Mexicana. Obtenido de <http://www.cjf.gob.mx/reformas/documentos/ElnuevosistemadeJusticiaPenalAcusatorio.pdf>
- Marie Ebuer-Eschenbach. (2014). *POR UN DERECHO DINÁMICO*. . Obtenido de <https://www.scjn.gob.mx/conocelacorte/ministra/MEDIACION%20NOTARIOS.pdf>
- Olle, J. (2013). *Consejo general del notariado*. Obtenido de <http://eprints.ucm.es/8249/1/oscardiego3.pdf>
- Poveda, G. (2006). *Repositorio*. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/824/1/T458-MDE-Poveda-Medios%20alternativos%20de%20soluci%C3%B3n%20de%20conflictos%20en%20Ecuador.pdf>
- Rizo, S. (2013). *Tangara*. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2013/148532.pdf>
- Rodas, X. (19 de agosto de 2014). *Notaria 11 de Guayaquil*. Obtenido de <http://www.notaria11gye.com.ec/#!/El-Notario-%C2%BFun-mediador/cho7/89163263-FAD5-4E6C-A219-BBC0362CFECF>

Rodriguez, F. (s.f.). *El notario del siglo XXI*. Obtenido de <http://www.elnotario.es/index.php/hemeroteca/revista-45?id=4148:el-acuerdo-extrajudicial-de-pagos-la-funcion-notarial-en-insolvencias>

Villalba, W. (2013). *Fundamento de la practica forense*. Ecuador. Vivero, A. (2012). *Space Udl*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/230/1/UDLA-EC-TAB-2012-25.pdf>

005. LA AUDITORÍA JURÍDICA EMPRESARIAL, UN MÉTODO DE CONTROL LEGAL DE LAS COMPAÑÍAS ANÓNIMAS EN EL ECUADOR.

Autor.

Rodney Eduardo Mejía Garcés

rodneymejia79@gmail.com

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Doctor en Jurisprudencia y Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República.

Magister Ejecutivo en Dirección de Empresas con énfasis en Gerencia Estratégica.

RESUMEN.

Una de las necesidades que tienen las sociedades anónimas, que pertenecen al segmento de empresas privadas, es el control legal de su gestión.

Precisamente al diseño de un método de Auditoría jurídica empresarial, que promueve el control desde la perspectiva de la legalidad, para mantener el sistema empresarial ecuatoriano saneado, se ha encaminado la presente investigación.

La investigación realiza una detallada revisión de la bibliografía disponible, lo que permite corroborar la limitada existencia de métodos de control legal a las sociedades anónimas en la República de Ecuador.

En la investigación se desarrolla un diagnóstico, que permite demostrar científicamente las falencias e incumplimientos de las normas jurídicas en las sociedades anónimas; lo señalado constituye la base para la propuesta de un método de auditoría jurídica empresarial.

Constituyen aspectos destacados de la investigación, el método de auditoría jurídica empresarial, el reglamento que se diseña para su aplicación, así como el procedimiento que se establece para la validación del método en mención.

PALABRAS CLAVES.

Control legal, sociedades anónimas, legalidad, método, auditoría jurídica.

INTRODUCCIÓN.

El control legal de la empresa es fundamental para que las sociedades puedan mantenerse. Un número significativo de sociedades fenece por la ausencia de control o por un sistema inapropiado de control. “Estas muertes han pasado bastante desapercibidas en la época de crecimiento y bonanza, pues si una empresa moría rápidamente era sustituida por una nueva. Pero la llegada de nuevos entornos de crisis, ha puesto en primera plana las renovadas exigencias por incrementar y reforzar los niveles de control empresarial” **(De Jaime, 2013)**.

En este sentido el Estado debe establecer métodos jurídicos, que permitan al sector empresarial cumplir con sus objetivos, siempre sometidos a la normativa legal. Por ello la presente investigación, mediante la implementación de la auditoría jurídica empresarial a las sociedades anónimas permite encontrar las falencias y enmendar los procedimientos y acciones dolosas; y mantener a las organizaciones.

Otro aspecto observado en la literatura consultada es la escasa importancia que se le otorga al control sobre las normas legales pertinentes a las sociedades reguladas por la Superintendencia de Compañías.

Un acercamiento a las sociedades anónimas, permitió al autor observar y diagnosticar una serie de limitaciones, entre las que se destacan el hecho de no contar con mecanismos de control interno sobre el cumplimiento de las normas legales, el no mantener vigente los libros de accionistas y acciones, el no presentar balances cuando se debía hacerlo, el no convocar a junta general de accionistas en el tiempo previsto; en forma general de manera reiterada se incumple la Ley de compañías, el estatuto de las sociedades y las resoluciones de la Superintendencia de Compañías.

Por lo antes expuesto, permite definir como situación problemática: la constante disolución, liquidación y cancelación de las sociedades anónimas, el reiterado incumplimiento de las normas jurídicas y el desconocimiento de la supremacía de las normas jurídicas; de esta forma atentando contra el Estado constitucional de derechos que rigen en el Ecuador.

Una alternativa de solución a esta situación problemática pasa por la necesidad de crear un novedoso sistema de control denominado auditoría jurídica empresarial, que promueve el control desde la óptica del cumplimiento de las normas jurídicas, para mantener el sistema empresarial ecuatoriano saneado.

De la situación antes descrita, deriva el siguiente problema de investigación: ¿Cómo contribuir al saneamiento las sociedades anónimas en Ecuador?

Para dar solución al problema científico, se plantea como objetivo general implementar una auditoría jurídica empresarial a las sociedades anónimas, para la controlar su gestión, conforme al principio de legalidad en el Ecuador.

Este objetivo general se desagrega en los siguientes objetivos específicos:

1. Elaborar el marco teórico referencial de la investigación, destacando las características y limitaciones del control legal en las sociedades anónimas

2. Diagnosticar el funcionamiento de las sociedades anónimas de la República del Ecuador
3. Establecer las etapas y pasos para la implementación de la auditoría jurídica empresarial
4. Validar el modelo de auditoría jurídica empresarial propuesto para las sociedades anónimas

El informe de investigación muestra además un cuerpo de conclusiones y la bibliografía consultada

La investigación se propone dar respuesta a las siguientes interrogantes científicas:

1. ¿Las sociedades anónimas cumplen con las normas jurídicas?
2. ¿Cuál es el estado actual de las sociedades anónimas en el Ecuador?
3. ¿Resulta válido aplicar la auditoría jurídica empresarial para sanear a las sociedades anónimas?

La investigación presente, evidencia los siguientes aportes:

Teórico: Se aporta a la ciencia, mediante la creación teórica de la auditoría jurídica empresarial, que no ha ido tratada por ningún otro autor; de esta forma se brinda solución al problema de investigación planteado.

Metodológico: La metodología que se sigue para el desarrollo del método de auditoría jurídica empresarial de las sociedades anónimas en Ecuador, puede ser utilizada como referencia para en otras entidades públicas y privadas del país.

Práctico: Se desarrolla y se propone por primera vez para las sociedades anónimas un método práctico de auditoría jurídica empresarial.

Social: El método de auditoría jurídica empresarial se encamina a lograr el cumplimiento de las normas jurídicas y el saneamiento de las sociedades anónimas. Desde este punto de vista el impacto social es grande pues involucra a los accionistas, directivos, empleados de las sociedades anónimas, y a los servidores públicos de la Superintendencia de compañías.

DESARROLLO.

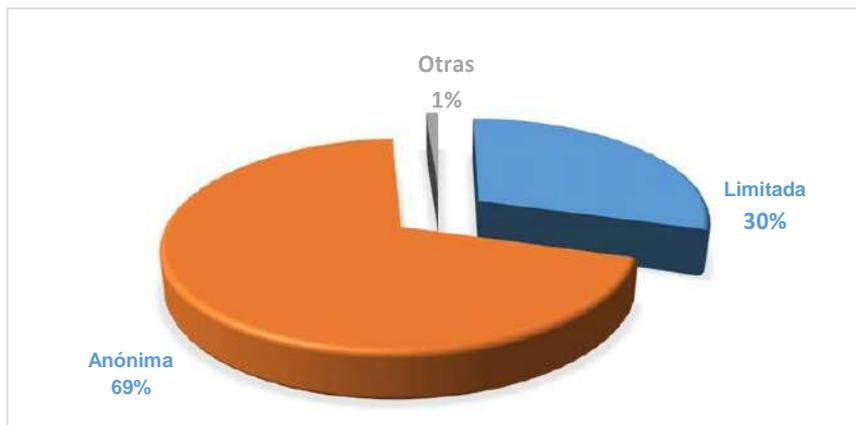
En la investigación se utilizan los métodos teóricos y empíricos de investigación; y son los siguientes:

1. El Método Histórico - Lógico: para conocer la trayectoria del control legal de las sociedades anónimas en un determinado tiempo y los cambios operados en dicha etapa.

2. El Método de Exégesis Jurídica: Se emplea fundamentalmente a los efectos de evaluar la normativa vigente en Ecuador en relación con las sociedades anónimas.
3. El Método Sistemático jurídico: Se encarga de ordenar los conocimientos y agruparlos de manera coherente. El análisis de las normas jurídicas no se lo hace aisladamente; sino como un conjunto del ordenamiento jurídico

En igual sentido se emplean métodos empíricos para el diagnóstico del problema como son análisis de datos estadísticos, tormenta de ideas, paneles y grupo de expertos; la observación directa durante todo el proceso de investigación, las entrevistas y encuestas; el empleo de técnicas grupales, juicios de expertos e intercambios de experiencias con especialistas nacionales y extranjeros.

Por lo anteriormente señalado, nos insertamos en el desarrollo mismo: en la actualidad las compañías anónimas son mayoritarias en el país, de las 46.759 compañías, 32.432 corresponden a éste tipo de sociedades. **(Superintendencia de compañías, 2012)**. Que corresponde al 69% de las compañías que se crean en el país. Y el 53% de la totalidad se congregan en la costa; la mayoría precisamente 20.722 se asienta en el cantón Guayaquil¹ perteneciente a la provincia del Guayas. De ésta ciudad, se desarrolla el 70% de las exportaciones privadas, e ingresa el 83% de las importaciones.



Este dato, es una paradoja por la constante disolución, liquidación, y cancelación de las sociedades; hasta el año 2013 se han cerrado 17 314 compañías en el Ecuador. **(Maldonado P. , 2014)**. Y se lo realiza acorde a la disposición legal prevista en el numeral 11 del artículo Art. 361.- Las compañías se disuelven: Por inobservancia o violación de la Ley, de sus reglamentos o de los estatutos de la compañía, que atenten contra su normal funcionamiento o causen graves perjuicios a los intereses de los socios, accionistas o terceros, **(Ley de Compañías, 1999)**.

A criterio de Diego Jaramillo, abogado experto en temas societarios. Él asegura que la disolución y liquidación de una empresa es un problema generado por los socios de una firma que la descuidan y no asumen sus responsabilidades legales y administrativas. **(Maldonado**

P. , 2014).

En atención a lo señalado anteriormente, sin dudarle “el derecho societario tiene una característica innata de transversalidad, porque reúne y modifica las reglas...para solucionar la situación de crisis económica y social que la comunidad vive” **(Alarcón Lora).**

En la última década, el Estado ecuatoriano se encuentra inmerso en cambios profundos; teniendo como punto de partida la Constitución del 2008; donde claramente se desprende el fundamento del sistema de leyes e instituciones sometidas a la Constitución; así lo establece el artículo 1: “El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia...” **(Constitución de la República de Ecuador, 2008)**; en ese mismo contexto, establece como deber y responsabilidad de los ciudadanos ecuatoriano: “acatar y cumplir la Constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente”, artículo 83 **(Constitución de la República de Ecuador , 2008).**

Por lo anotado las actividades empresariales, desde su concepción, el desarrollo mismo, la obtención de lucro debe necesariamente someterse al marco legal vigente; el Estado garantiza que la norma jurídica prevalece sobre las personas y las instituciones; en el Derecho se le conoce como el principio de legalidad.

“La legalidad es el ordenamiento jurídico positivo. Y el principio que nos ocupa define o denota una relación o vinculación de la acción administrativa con dicho ordenamiento. Toda decisión individual debe ser conforme a la regla general establecida”. **(Enciclopedia Jurídica Omeba , 1979).**

Pues bien, acorde a lo señalado, toda actividad mercantil que ejercen los empresarios, es susceptible de control y fiscalización; por ello se cuenta con una institución denominada Superintendencia de Compañías, así lo expresa el artículo 213: “las superintendencias son organismos técnicos de vigilancia, auditoría, intervención y control de las actividades económicas, sociales y ambientales...” esta norma es concordante con el artículo 430 “La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico y con autonomía administrativa, económica y financiera, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías...” **(Ley de Compañías , 1999).**

En este trabajo se aborda el estudio del Derecho societario, desde la óptica interdisciplinaria, insertándose en la administración y gestión de las sociedades.

Por ello, me atrevo a decir que la palabra auditoría está ligada íntimamente al control.

¹ Guayaquil es la ciudad más grande de la República y una de las más grandes de América del sur; es considerada la más poblada por los 3 millones de habitantes que posee. Se la considera como la capital económica del Ecuador. Se ubica a unos 20 km del océano pacífico por ello se destaca su infraestructura de puerto de alto calado, por donde ingresan la mayor cantidad de importaciones y también salen la mayor cantidad de exportaciones del Ecuador.

El control permite evaluar a las personas y a las organizaciones en el cumplimiento de determinada actividad.

Así lo manifiesta **(Peña, 2007)**: “el control es congénito a la empresa; nace con ella, y por tanto hace de su propia naturaleza constituyéndose en una de las fases inherentes del proceso administrativo.

La auditoría es consubstancial a la empresa, es de su misma esencia, pero se deriva de su existencia constituyéndose en una necesidad imprescindible que apoya, mejora y alimenta el control empresarial”.

La palabra auditoria, manifestada por **(Peña, 2007)** “viene del inglés *audit*, que significa verificar, inspeccionar. El término inglés *audit* encuentra su origen a su vez, al igual que la palabra española audiencia, en las voces latinas *audire*, *auditio* (acto de oír o audición de una lectura pública o de una declamación) o *auditus* (oído, facultad de oír)”

Con estas referencias, y a criterio de **(Charry, 2001)** expresa: “Una auditoría jurídica consiste en una constatación de la validez, licitud de los títulos jurídicos y de las convenciones de la empresa en el ámbito de su funcionamiento o de las relaciones con los proveedores y clientes. Estado sobre el plan jurídico, fiscal y social. Permite apreciar por un coeficiente de seguridad las convenciones, así como la eficacia de los supuestos jurídicos, habida cuenta de los objetivos del jefe de la empresa”.

Del mismo modo lo expresa **(Vita, 2001)**: “La Conceptué como un trabajo que puede ser Desempeñado únicamente por un abogado en regular ejercicio de su profesión, mediante una contratación previa y por escrito, dentro de los alcances conferidos por la ley, destinada a operar la revisión de un proceso de cualquier naturaleza o a proceder a la evaluación de una o más situaciones concretas que les son presentadas en el ámbito de la abogacía para emitir, concluido el trabajo y en cualesquiera de las hipótesis planteadas, un parecer vinculante observando principios éticos y legales”.

A mi forma de apreciar los conceptos enunciados, para el desarrollo de la investigación se toma como válido el concepto emitido por el tratadista Charry; y concuerdo, por cuanto considero que la auditoria es un proceso sistematizado, que permite alcanzar los objetivos planteados; al cual le añadimos la ciencia jurídica como eje transversal que regula todas las actividades del ser humano, y obtenemos la auditoria jurídica. Y por cuanto ésta se va aplicar al sistema societario ecuatoriano la llamo auditoría jurídica empresarial.

Pues bien, defino al método de auditoria jurídica empresarial, como un proceso de revisión y análisis de los documentos generados en el proceso de constitución de una sociedad, y en las gestiones realizadas por la misma. De dicho análisis se despende el resultado del

cumplimiento de las normas jurídicas, con el ánimo de subsanarlos. La función primordial de la auditoría jurídica es determinar si una organización cumple con la normativa interna y externa y los actos sus administradores son ejecutados acorde al principio de legalidad.

El auditor jurídico es un profesional del derecho con amplio conocimiento de la normativa vigente, debe tener iniciativa y mantener objetividad al instante de realizar la revisión respectiva.

Acorde a lo señalado y buscando sanear las empresas a nivel del mundo, en el año 2015, la Organización Internacional de Estandarización (ISO), con sede en Ginebra Suiza, emite la ISO 19600:2015, sobre Compliance Management Systems (CMS), que es la compilación de normas dedicado a la gestión del cumplimiento de las normas jurídicas, de donde se destacan las siguientes: la adaptación de las estructuras de la organización para implantar sistemas de gestión y prevención de incumplimientos legales; y establece la necesidad del compliance Officer o director de cumplimiento normativo dentro de las empresas.

Teniendo en cuenta el dominio del control de la empresa, se evita el incumplimiento del estatuto de la organización, la Ley de compañías y las resoluciones de la institución de control; y de esta forma se minimiza el riesgo legal de ser sujetos de sanciones pecuniarias, demandas de variado índole y en último de los casos la cancelación definitiva de la sociedad.

En la misma línea, en el Ecuador en el novel Código Integral Penal (COIP) aprobado en el Registro oficial No. 180, del lunes 10 de febrero del 2014, se desprende la figura de la responsabilidad penal de las personas jurídicas de derecho privado, entre éstas se encuentran las sociedades anónimas; así lo determina el artículo 49: "Responsabilidad de las personas jurídicas.- En los supuestos previstos en este Código, las personas jurídicas nacionales o extranjeras de derecho privado son penalmente responsables por los delitos cometidos para beneficio propio o de sus asociados, por la acción u omisión de quienes ejercen su propiedad o control, sus órganos de gobierno o administración, apoderadas o apoderados, mandatarias o mandatarios, representantes legales o convencionales, agentes, operadoras u operadores, factores, delegadas o delegados, terceros que contractualmente o no, se inmiscuyen en una actividad de gestión, ejecutivos principales o quienes cumplan actividades de administración, dirección y supervisión y, en general, por quienes actúen bajo órdenes o instrucciones de las personas naturales citadas".

Por tanto, la gestión de las sociedades es un imperativo, que no se lo puede soslayar y de manera obligatoria se debe cumplir con la normativa vigente, so pena de establecer cualquier sanción de índole penal contemplada en el COIP, que va desde la imposición de una multa, clausura temporal o definitiva y hasta la disolución de la de la persona jurídica. (Artículo 71 COIP).

MÉTODO DE AUDITORIA JURÍDICA EN LA EMPRESA.

Con los criterios de los tratadistas señalados, y de la investigación desarrollada, el autor brinda una alternativa de solución a esta situación problemática, mediante la creación de un novedoso sistema de control denominado auditoría jurídica empresarial.

El método de auditoría jurídica en la empresa contempla un proceso ordenado, secuencial y lógico, que busca de manera detallada los vicios de la gestión administrativa, para enmendarlos; a continuación se detalla:

1. DIAGNÓSTICO.

Es el paso inicial de la auditoría jurídica empresarial; a través del cual se realiza un primer examen encaminado al conocimiento propio de la empresa.

Por tanto, conocer la empresa es fundamental, para determinar las causas que afectan el normal desenvolvimiento de la misma. A través del diagnóstico, de manera general se evalúa y se contempla una estrategia de mejoramiento.

Para realizar el diagnóstico empresarial, utilizo las siguientes técnicas:

a) Indagación

Mediante esta técnica se aplican preguntas a los socios, directivos y empleados; encaminada a obtener información. b.

b) Observación

La observación es una técnica muy útil, en donde el auditor jurídico de manera personal se puede cerciorar del proceder de las personas que conforman la sociedad. El asistir a una junta general, el observar la emisión de acciones, serán acciones inherentes a la auditoría.

La observación no debe limitarse a esta fase; por el contrario debe estar presente durante todo el proceso.

2. PLANIFICACIÓN.

Generada la información en la secuencia anterior, es importante realizar la planificación debida para alcanzar el objetivo planteado.

Por ello la Planificación se funda en la información. Mediante su aplicación podemos trazar una ruta que nos servirá de guía, para alcanzar el objetivo de la auditoría jurídica.

4. EJECUCIÓN.

Es el cimiento mismo de la auditoría jurídica de la empresa; es el desarrollo mismo. En esta etapa del proceso de manera concreta se revisando todos los actos, contratos y decisiones de la junta general y de los directivos; se inspecciona las aportaciones de capital y bienes, los aumentos de capital, las transferencias de dominio suscitadas de las aportaciones, el libro de acciones y accionistas; y se compara con el estatuto de la empresa, la Ley de Compañías y las Resoluciones de la Superintendencia de compañías.

5. RESULTADOS.

Llegando a esta fase, ya se obtiene deducciones concretas del proceso de investigación. Se pone a consideración de los miembros de la organización los hallazgos y resultados obtenidos.

Por lo señalado anteriormente se puede implementar dos acciones

a. Enmienda propia o interna

Corresponde a la junta general y al nivel directivo de la sociedad, en orden de prelación, corregir las falencias encontradas; y darles el tratamiento que la Constitución, la Ley, las Resoluciones del ente regulador y el estatuto de su compañía lo exigen.

b. Enmienda ajena o externa

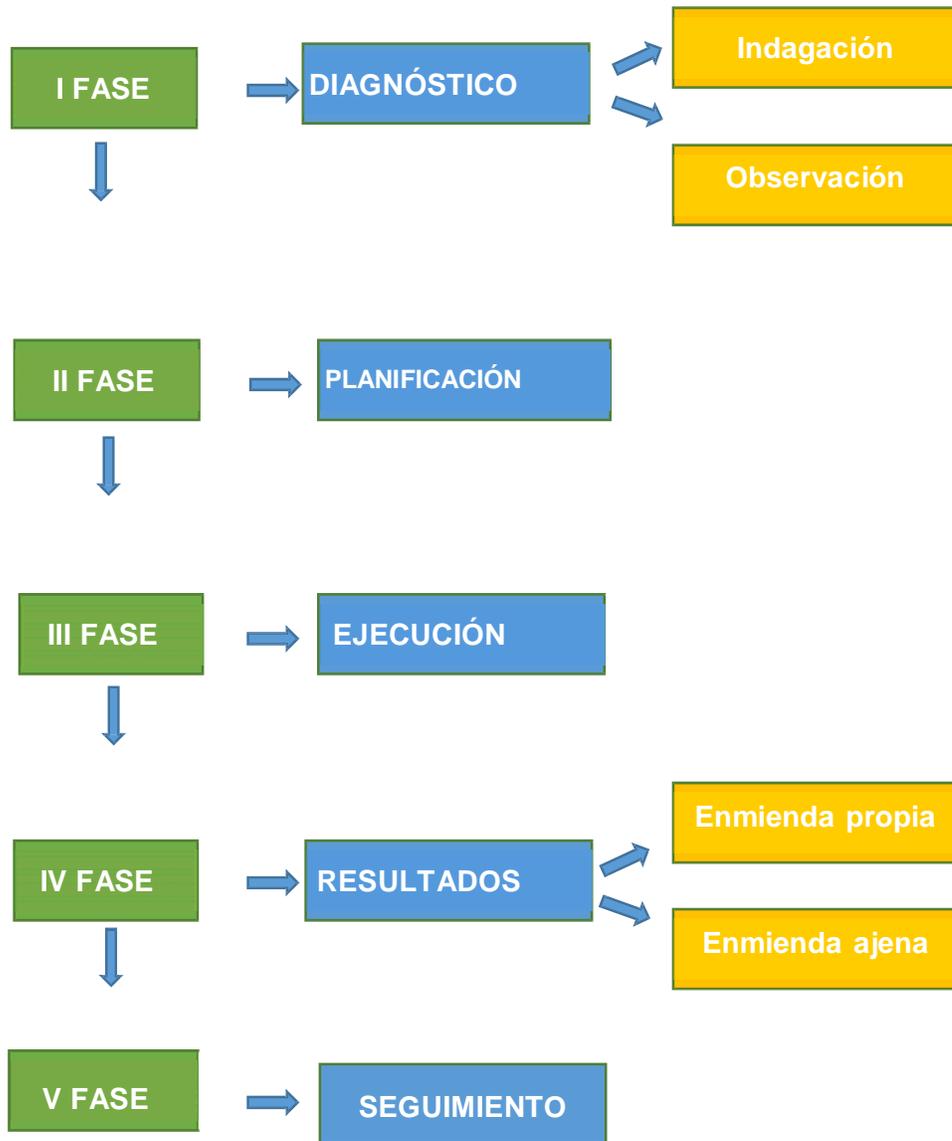
Cuando el incumpliendo de las normas jurídicas rebasa el nivel anterior, necesariamente se debe presentar el informe a ente regulador.

La Superintendencia de compañías condena este tipo de infracciones, mediante la aplicación de medidas administrativas e imposición de sanciones. Entre ella la falta de presentación de balances anuales y de los estados de pérdidas y ganancias.

6. SEGUIMIENTO.

El proceso de auditoría jurídica, se cierra con el seguimiento de los hallazgos y resultados. Para lograr el impacto de la auditoría jurídica, la compañía debe asegurar la adecuación, eficacia y oportunidad de las medidas adoptadas, certificando que se corrigen las desviaciones y se logran los resultados deseados en la forma y en los tiempos previstos.

GRÁFICO DEL MÉTODO DE AUDITORIA JURÍDICA EN LA EMPRESA.



No obstante lo señalado, de persistir el incumplimiento a las leyes o normativa vigente, el Superintendente, en ejercicio de la facultad prevista en la Ley y cuando corresponda impondrá una sanción pecuniaria que corresponde hasta doce salarios mínimos vitales, en consideración a dos causas, la gravedad de la infracción la una; y la otra en relación al monto de sus activos.

Acorde a lo anteriormente señalado, también puede disponer mediante resolución motivada la cancelación de la inscripción del acto societario en el Registro Mercantil.

CONCLUSIONES.

La investigación desarrollada, ha permitido arribar a las siguientes conclusiones:

1. El estudio de la literatura especializada permite aseverar, que a excepción de los trabajos de los tratadistas: De Jaime, J. (2013), Peña, J. (2007) y Vita, J. (2001) abordan el tema del control legal de las sociedades.
2. El cuestionario aplicado para el diagnóstico de las sociedades anónimas, arroja como datos los críticos manejos administrativos donde se evidencia por una parte el desconocimiento de la normativa y por otra parte el reiterado incumplimiento de las mismas.
3. Las etapas y pasos propuestos en la investigación, demuestran la lógica y la valía del método de auditoría jurídica empresarial.
4. La aplicación del método de auditoría jurídica empresarial le confiere originalidad y novedad al trabajo desarrollado, así como la evidencia que resulta posible la aplicación en las sociedades anónimas.
5. La propuesta elaborada para las sociedades anónimas, mediante la auditoría jurídica empresarial desarrollada en este trabajo, constituyen resultados destacados de la investigación.
6. Los criterios de los expertos, avalan la pertinencia del método de auditoría jurídica empresarial.

BIBLIOGRAFIA

1. Textos

1. Alarcón Lora, A. A. (s.f.). *LAS SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS EL NUEVO DERECHO SOCIETARIO COLOMBIANO*.
2. Charry, H. (2001). Auditoría Jurídica. Sao Paulo.
3. De Jaime, J. (2013). *La gestión del control de la empresa*. Madrid: Editorial Esic.
4. Enciclopedia Jurídica Omeba . (1979). Buenos Aires : Editorial Industria Gráfica del libro S.R.L.
5. Peña, J. (2007). *Control, auditoría y revisoría fiscal incluye contraoíría y ética profesional* . Bogotá: Ecoe ediciones Ltda.
6. Vita, J. (2001). *Auditoría Jurídica para a Sociedade Democrática*. Sao Paulo.

2. Revistas y/o periódicos

1. Maldonado, P. (27 de agosto de 2014). 600 compañías se disolverán cada mes según las autoridades. *El Comercio*.

3. Otros Textos consultados

1. Cassanovas, A. (2008). Control de riesgos legales en la empresa. Madrid: Editorial Difusión Jurídica.
2. Cassanovas, A. (2012). Control legal interno. Medidas organizativas en la empresa para garantizar el cumplimiento de la legalidad . Madrid : Editorial La ley.
3. Cassanovas, A. (2013). Legal COmpliance. Madrid : Editorial Difusión Jurídica
4. Resolución Administrativa 10-002, Reglamento Orgánico Funcional de la Superintendencia de compañías
5. Reglamento de disolución y reactivación de compañías

4. Leyes y/o normas

1. Constitución de la República de Ecuador . (2008). Quito.
2. Código Integral Penal (2014). Quito.
3. Ley de Compañías . (1999). Quito .
4. Normas Iso 19600: 2015

5. Ciber-información

1. www.supercias.gob.ec. (2012). Obtenido de www.supercias.gob.ec:

006. LA IMPORTANCIA DE LA ETICA EN EL EJERCICIO DE LA PROFESION DEL ABOGADO.

Autor:

Ab. Jacqueline Cabanilla León, Mgs.

jcabanilla@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica Ecotec

Guayaquil, Ecuador

RESUMEN

Este artículo trata sobre la ética con la que se debe conducir todo profesional del derecho, pues, todo abogado debe tener principios y normas morales que deben regir su conducta, debido a que, el abogado es el profesional que representa al cliente ante los Tribunales de Justicia, es lógico pensar que debe ser un abogado que se desenvuelva de forma responsable y honesta. El derecho es una de las profesiones más nobles, porque sirve para ayudar a las personas en cualquier tipo de problemas injustos que se les pueden presentar en la vida. Lamentablemente en la actualidad la práctica de la ética profesional está siendo olvidada generando desconfianza hacia el profesional abogado, por lo cual se hace necesario tomar ciertas medidas, de tal forma que pueda existir más credibilidad profesional. La autora de este artículo considera que los valores éticos no deben perderse jamás, pues, valores como la honestidad, la rectitud, la prudencia, la justicia, la lealtad, la paciencia, logran que una persona pueda generar confianza en su vida profesional. El presente artículo tiene como finalidad sugerir la creación de un Código deontológico Jurídico con conceptos y principios donde se encuentre incluida la moral y la ética.

PALABRAS CLAVES

Palabras claves: abogados, ética profesional, código deontológico

INTRODUCCION

Este trabajo trata de la ética profesional que debe tener todo abogado, puesto que, es muy importante tener valores morales bien definidos, sobre todo porque la profesión de abogado exige ayudar a personas que buscan asesoría legal para que se les haga justicia. La justicia, según Domicio Ulpiano, jurista romano, es la constante y perpetua voluntad de dar cada uno su derecho.

Es imposible lograr una justicia plena sin la participación de un abogado comprometido y decidido a defender los derechos de sus clientes o usuarios. El ser abogado no es solo ser un profesional especializado en ciencias jurídicas, sino que es asumir con responsabilidad la defensa de los intereses de su cliente y aportar con un servicio a la comunidad en la búsqueda incansable de lo justo.

La profesión de Abogado es una de las profesiones más nobles de todo el mundo. Así como el médico, cura una enfermedad, el abogado, defiende el honor de una persona cuando ésta ha sido injustamente afectada. El médico en un caso de emergencia debe prestar ayuda a personas que están en peligro de muerte, así también debe ser la labor del abogado cuando considera que la injusticia vulnera un derecho fundamental de un individuo.

En la actualidad constantemente tenemos noticias que informan actos de corrupción por parte de los abogados, en el mundo político, económico, social y esta posibilidad existe en actividades públicas o privada, profesionales, jueces, empleados, etc.; por esta razón se hace necesario profundizar un poco más en el aspecto ético y legal.

“Las normas éticas se convierten en jurídicas cuando adquieren relevancia especial para la convivencia y el grupo social considera que deben ser obligatorias” (Campillo, 2012)

Por esta razón, la autora de este artículo, hace una revisión bibliográfica de la ética profesional y llega a la conclusión de que se considera necesaria la creación de un Código deontológico Jurídico, que no es más que la ética profesional aplicada, donde sus contenidos normativos son de acatamiento obligatorio para todos los abogados que ejercen la profesión, de tal forma, que se tengan más claro ciertos principios de lo que es correcto y lo que no es correcto en el ejercicio de la profesión de abogado.

Este trabajo se justifica porque el fin de la ética profesional es el bien de la sociedad, por esta razón es que en el derecho, la defensa y el respeto a la dignidad de una persona son fines primordiales para la sociedad y deben ser

atendidos de la mejor forma posible.

MARCO TEORICO

La ética según el diccionario de la Real Académica es la disciplina filosófica que estudia el bien y el mal, acompañada de sus relaciones con la moral y el comportamiento humano. La ética está considerada como una ciencia normativa, porque se ocupa de las normas de la conducta humana. Los valores éticos son reconocidos como valores morales y son necesarios sobre todo cuando se ejerce una profesión.

Ser ético y tener valores morales no es una tarea fácil, pues, significa que algunas veces se tenga que rehusar una buena propuesta que sea de carácter inmoral, por lo tanto, no ética. Los valores morales indiscutibles que se conocen son: autenticidad, bondad, libertad, amistad, solidaridad, lealtad, fidelidad, responsabilidad, rectitud, honradez, nobleza, honestidad, respeto y dignidad.

Los valores éticos han existido siempre, se podría decir que desde que se creó la humanidad, ya en el siglo VI a.C. el filósofo heleno Pitágoras desarrolló una de las primeras reflexiones morales a partir de la misteriosa religión griega del orfismo, en la creencia de que la naturaleza intelectual es superior a la naturaleza sensual y que la mejor vida es la que está dedicada a la disciplina mental. En el siglo V a.C. los filósofos griegos conocidos como sofistas, que enseñaron retórica, lógica y gestión de los asuntos públicos, se mostraron escépticos en lo relativo a sistemas morales absolutos. El sofista Protágoras enseñó que el juicio humano es subjetivo y que la percepción de cada uno sólo es válida para uno mismo. Sócrates se opuso a los sofistas y expresa que la virtud es conocimiento; la gente será virtuosa si sabe lo que es la virtud, y el vicio, o el mal, es fruto de la ignorancia. (Biblioteca de Consulta Microsoft, 2005)

A lo largo de la historia de la humanidad, los valores morales han ido cambiando constantemente, pues cada cultura tiene sus propios conceptos sobre el bien y el mal. Pero hay valores éticos que son universales y no cambian a través del tiempo, como por ejemplo Confucio en el año 551-479 a.C. dijo: “no hagas a otro lo que no quieren que te hagan a ti”. Aristóteles, hace muchos años atrás dijo que “todas las personas deberían esforzarse por seguir lo que es correcto y no lo que está establecido”. (Escobar, 2012)

Lo correcto es la integridad personal, una persona íntegra es aquella que siempre hace lo correcto, es decir, tiene compromiso consigo mismo de lograr algo y hacerlo correctamente, porque si una persona no puede crear compromisos para consigo mismo y cumplirlos, tampoco lo hará con los demás. Una persona íntegra es una persona digna de confianza. La integridad es la fuerza interior que nos hace permanecer leales a nuestros principios.

A lo largo de la historia existieron muchas concepciones filosóficas, entre ellas la del moralismo legal. “Si es legal, es moral”. La esclavitud fue moral en Estados Unidos, el genocidio fue legal en la Alemania nazi. Las purgas de Stalin fueron legales en la antigua Unión Soviética, pero unas y otras resultan totalmente inaceptables para la sensibilidad moral. El problema reside en que las leyes y los preceptos morales no son lo mismo. No son congruentes, es decir, no abarcan el mismo territorio. Ejemplos obvios son el aborto y la pena capital. En algunos lugares son legales, pero son inmorales. (Marinoff, 2003)

Todo abogado debe tener valores morales y tener un compromiso con la sociedad y la justicia, para que pueda defender lo que a cada quien le corresponde, es decir, debe tener un amplio concepto de la ética frente a sus clientes, sobre todo porque cuando una persona le brinda su confianza a un abogado, éste debe actuar de forma leal y defender los intereses de sus clientes con integridad, es decir, cumpliendo lo prometido.

El cumplimiento de los valores éticos corresponde a un campo de la intimidad del ser humano, donde decide si los sigue o, de lo contrario, reniega de ellos y se procede en forma consecuente. No existen normas imperativas que sancionen a aquellos ciudadanos que no respeten las regulaciones sociales morales y éticas; como tampoco encontramos mecanismos institucionalizados de amenaza para que los preceptos éticos se interioricen en cada ser humano y se conviertan en regla de vida de todos. (Chinchilla, 2006)

Para poder actuar éticamente es necesario que el profesional cuente no solo con los conocimientos necesarios para el manejo de un caso, sino que también tenga fidelidad y lealtad con quienes confían en él. La fidelidad es la respuesta adecuada a una promesa. “La fidelidad y lealtad han de ser tanto más firmes cuanto más elevado es el rango de la persona o institución a la que uno está obligado.” (Villapalos, 2002)

Cuando se habla de una conducta ética, identificada dentro del ámbito jurídico, resulta no solo exigencia de aquellos profesionales en derecho que se conducen dentro de la administración pública sino, también y en forma racional, a los profesionales que ejercen liberalmente el derecho. (Chinchilla, 2006)

Otro valor ético es el compromiso con la verdad, pues para que la justicia se vea realizada debe conocerse la realidad de las cosas y así reconocer el derecho de dar a cada quien lo que le corresponde. Todo profesional del derecho también debe tener honradez que está contra cualquier forma de corrupción, de tráfico de influencias, no se diga de la muy común corrupción económica. También debe tener lealtad y fidelidad. “La lealtad es la fidelidad que se debe a una persona o institución a la que se halla uno vinculado. En casos especialmente graves, ser leal puede implicar sacrificios extremos” (Villapalos, 2002)

Se tiene conocimiento de que cuando un abogado es contratado éste tiene la responsabilidad de proporcionar una representación competente a cada cliente, debe actuar con prontitud y debe ser cuidadoso de no tener un conflicto de intereses con el asunto o con los clientes. El abogado debe dirigir su atención a la aplicación de la justicia, de lo contrario, estaría incumpliendo su misión para con la sociedad.

“Muchas veces comete injusticia el que no hace nada, no solo el que hace algo”. (Marco-Aurelio, 1985), lo cual es verdad, y el autor tiene razón, hay ocasiones en las que dejar de ayudar a alguien, por ejemplo, en un accidente podría tener un resultado fatal.

Adam Smith en su libro La riqueza de las naciones (1776), explicó “cuan básicos son para nuestros sistemas los fundamentos morales: cómo nos tratamos los unos a los otros, el espíritu de la benevolencia, del servicio y de la colaboración”. El espíritu de colaboración comprende lo que se llama la solidaridad, que es el apoyo incondicional a causas ajenas, lo cual también es muy importante a la hora de atender a un cliente o ayudar a un compañero de trabajo.

La condición esencial de todo gran abogado es la probidad, la honestidad, la cortesía, la investigación, la puntualidad, la discreción, la bondad, la veracidad, la solidaridad, el secreto profesional, la humildad, la justicia, la prudencia, la rectitud y la generosidad en la prestación de su conocimientos, que han de brotar en todo momento, sin esfuerzo, con naturalidad, como un manantial ... solo se es dignamente abogado cuando se trabaja con la idea clavada en corazón de que aunque trabajemos con jueces parcializados,

con instrumento imperfectos y con normas inciertas y dirigidas, pero con la conciencia cierta de que hasta donde no pueda llegar el saber; llega siempre la justicia. (Guzman, 2015)

Debido a que, en todos los países siempre existen problemas éticos al momento de ejercer una profesión y estos pueden ser de diversos tipos como la falta de dedicación y compromiso hasta el cobro excesivo de honorarios, se hace necesario profundizar un poco más en la integridad de los abogados, puesto que en la actualidad los patrones morales se están desmoronando.

En los actuales momentos, la profesión de Abogado no es muy bien vista, a tal punto que se crea un estereotipo, se dice que son corruptos, mentirosos, entre otros. Por lo cual es necesario que el abogado se forje dentro de un marco de ética y profesionalismo para que pueda así desenvolverse en la profesión de la manera más óptima y honorable posible. Mientras más credibilidad posea un abogado, más confianza tendrá la gente en él, caso contrario, se perderá la posición de buen profesional.

Hay prohibiciones que deben estar dentro de un código de ética profesional, como por ejemplo: Presentar escritos injuriosos, cobrar honorarios en exceso, valerse de testigos falsos o de pruebas artificiosas, cohechar a los jueces, funcionarios, secretarios, etc., interponer recursos infundados, ilegales e improcedentes. (Guzman, 2015)

A pesar de que en el Ecuador existen Códigos de Ética que tienen los Colegios de Abogados y también existe un reglamento para la aplicación del régimen disciplinario de las abogadas y abogados en el patrocinio de las causas para los abogados en libre ejercicio, de todas maneras es necesario fomentar un poco más el tema moral, pues, se requiere personas apegadas a la ética, para que la sociedad pueda mejorar en todos los aspectos.

Es por esta razón que se piensa que existen ciertos vacíos que se consideran necesarios conocerlos éticamente y que no se encuentran incluidos en reglamentos ni códigos de éticas existentes debido a que son preguntas que se originan de la práctica diaria y como dice Lou Marinoff en su libro "Pregúntale a Platón":

Casi todas las deontologías comprenden una regla tipo: “No mataras”, pero hay excepciones como por ejemplo: ¿Es correcto matar a otros animales para obtener alimentos? ¿Es correcto matar en defensa propia? ¿Es correcto matar a asesinos condenados? ¿Es correcto matar al enemigo en tiempos de guerra? ¿Es correcto matarse uno mismo? (Marinoff, 2003)

En otras palabras, como se puede observar en las preguntas anteriores, no existe un código de ética que regule o de pautas para los comportamientos que se deben seguir en estos casos, pues, no hay nada estipulado por escrito de cómo se debe actuar éticamente en determinadas ocasiones. Es esta la razón, por la que se hace necesario la creación de un código deontológico, el mismo que tratará sobre la ética de la profesión del abogado, es decir, regulará los compromisos morales que los abogados tienen con sus clientes, los principios que regulan las relaciones de los abogados entre sí y con los otros profesionales del medio, y sus responsabilidades ante la comunidad social.

Según el concepto del diccionario un código deontológico es un documento que recoge un conjunto de criterios, apoyados en la deontología con normas y valores que formulan y asumen quienes llevan a cabo correctamente una actividad profesional. Los códigos deontológicos se ocupan de los aspectos éticos del ejercicio de la profesión que regulan. Estos códigos cada vez son más frecuentes en otras actividades. No se debe confundir la deontología con los códigos deontológicos. La deontología tiene un carácter más amplio, y puede incluir normas que no figuren en ningún código particular. El código deontológico es la aplicación de la deontología a un campo concreto. (Wikipedia, 2000)

La deontología propone seguir un reglamento moral. Seguir estas reglas es lo correcto. Si la mayoría de la sociedad las siguiera, la sociedad parecería justa.(...) La deontología presenta sus puntos fuertes y flacos. Su principal punto fuerte es su clara exposición de reglas morales. Cuando las personas dudan sobre lo que es correcto y lo que no, disponen de un reglamento para consultar. Su principal punto flaco, no obstante, es su incapacidad para resolver excepciones a las reglas. (Marinoff, 2003)

A los abogados se les puede presentar en la práctica constante de la profesión, ciertas cuestiones morales y para facilitar la rápida solución de esos problemas, se hace conveniente plasmar en un Código deontológico Jurídico, ciertas soluciones, por eso, se considera que la conducta del abogado debe ser regulada y para eso hay en los Códigos deontológicos algunas cláusulas que pueden guiar al abogado a no emprender acciones faltas de fundamento o de rectitud moral. Pero lo que se debe hacer en un Código de deontología jurídica es plasmar una conducta ética exigente.

El código deontológico estaría destinado a servir como regla de conducta profesional en el ejercicio de la profesión de abogado y se tendrá en cuenta las normas que rigen en el entorno en que se desarrolla, valorando las consecuencias que puedan tener en su vida profesional. La finalidad humana y social es importante en éstos tipos de códigos.

La profesión de abogado se rige por principios comunes a toda deontología profesional: respeto a la persona, protección de los derechos humanos, sentido de responsabilidad, honestidad, sinceridad para con los clientes, prudencia en la aplicación de instrumentos y técnicas, competencia profesional, solidez de la fundamentación objetiva y científica de sus intervenciones profesionales. (Salomone, 2012)

En el código deontológico jurídico tendrá principios éticos generales, normativas deontológicas y regulaciones jurídicas, referencias regulatorias de la práctica profesional de las que emanan una serie de obligaciones deontológico-jurídicas constitutivas de los deberes profesionales. (Salomone, 2012)

Existe un código deontológico de la abogacía española, que se pudiera tomar como ejemplo para realizar el código deontológico ecuatoriano. El código deontológico jurídico debe contener la competencia profesional y la relación con otros profesionales, debe tener también la libertad de defensa, porque tiene el derecho y el deber de defender y asesorar libremente a sus clientes, sin utilizar medios injustos.

La relación entre el cliente y su abogado se fundamenta en la confianza. El abogado, está obligado a no defraudar la confianza de su cliente. El secreto profesional también es muy importante, el abogado no puede compartir las confidencias y propuestas del cliente, las de los compañeros y todos los hechos y documentos de que haya tenido noticia o haya recibido por razón de su actuación profesional. En todo caso, el abogado deberá hacer respetar el secreto profesional a su personal y a cualquier otra persona que colabore con él en su actividad profesional. (Abogacía española, 2002)

También debe regular la publicidad, el abogado podrá realizar publicidad, que sea digna, leal y veraz, de sus servicios profesionales, con absoluto respeto a la dignidad de las personas, a la legislación existente sobre dichas materias, sobre defensa de la competencia y competencia desleal. Se debe evitar la competencia desleal, el Abogado no puede proceder a la captación desleal de clientes, quitándole el cliente a otro abogado. (Abogacia española, 2002)

Cabe destacar que son pocos los países que tienen actualmente un código deontológico, en la investigación bibliográfica realizada se observa que en otras profesiones si tienen algunos países un código deontológico, pero en el campo jurídico, solamente se ha encontrado el de España, por lo cual, es importante tomar en cuenta ciertos preceptos plasmados allí, puesto que tienen relevancia internacional.

El ejercicio de la profesión de abogado debe practicarse de una manera ética, en donde impere la justicia, un buen profesional debe tener siempre presente las obligaciones que son: los usuarios o clientes que reclaman la ayuda en casos específicos en los que han sido vulnerados sus derechos, el profesional que requiere de conocimiento para ofrecerlos y es responsable de defender a su cliente ante cualquier situación que se presente.

Este artículo se enfoca más sobre el abogado que trabaja en el libre ejercicio de la profesión, pero realmente las regulaciones del código deontológico se establecerían también para abogados que ocupan cargos públicos o privados, sea en empresas o instituciones gubernamentales, y por qué no decirlo a abogados que ocupan altos puestos políticos en el gobierno.

CONCLUSION

Se puede concluir que es muy importante la ética en el ejercicio profesional, sobre todo en la profesión de abogado, porque el abogado debe tener siempre valores morales para poder asesorar a sus clientes de la mejor forma posible. Los valores morales como la integridad, honestidad, lealtad, entre otros, producen confianza y dan como resultado una reputación sólida, que es la que debe tener todo profesional del derecho.

La ética profesional de un abogado se manifiesta en la atención a los usuarios o clientes que reclaman la ayuda en casos específicos en los que sus derechos se encuentran vulnerados, todo profesional de derecho debe tener un conocimiento claro de la ley en los casos que acepta atender, teniendo la responsabilidad de continuar defendiendo a su cliente hasta el final.

Para mayor claridad en el ejercicio ético de la profesión de abogado, la autora de este artículo ha sugerido crear un Código de deontología Jurídica, de tal forma que sea una herramienta fundamental, que sirva para consultar casos en los que se tiene duda de cómo un abogado, sea que esté en el libre ejercicio de la profesión o trabaje para alguna entidad pública o privada, debe actuar ante una determinada situación que podría presentarse.

BIBLIOGRAFIA

- Abogacia española. (27 de septiembre de 2002). *Abogacia española*. Obtenido de Código deontológico: http://www.abogacia.es/wp-content/uploads/2012/06/codigo_deontologico1.pdf
- Biblioteca de Consulta Microsoft. (2005). *Periodismo y etica en la era digital*. Obtenido de <http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD6/contenidos/aula/POLI/pop-up/3.htm>
- Campillo, J. (2012). *Los principios generales de la ètica profesional*. Mexico: Porrúa.
- Chinchilla, C. (2006). *El abogado ante la moral, la etica y la deontologia juridica*. Obtenido de <file:///C:/Users/Dell/Downloads/9727-13728-1-PB.pdf>
- Colegio de Abogados de la Provincia de Buenos Aires. (1954). *Colegio de abogados de la Provincia de Buenos Aires*. Obtenido de Normas de etica profesional: <http://www.colproba.org.ar/>
- Diccionario. (2009). *Definicion de Etica profesional*. Obtenido de <http://definicion.de/etica-profesional/>

Escobar, M. (2012). *Los doce legados de Steve Jobs*. Madrid: Lid Editorial.
Guzman, J. (2015). *Hacia una nueva deontología jurídica. Derecho Ecuador*.
Marco-Aurelio. (1985). *Meditaciones*. Madrid: Alianza.
Marinoff, L. (2003). *Preguntale a Platon*. Barcelona: B, S.A.

Salomone, G. (2012). *Responsabilidad profesional*. Obtenido de
http://23118.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/informacion_adicional/practicas_de_investigacion/775/responsabilidad_profesional_salomone.htm

Villalpalos, G. (2002). *El libro de los valores*. Barcelona: Litografía Roses.

Wikipedia. (2000). *Wikipedia*. Obtenido de
https://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digo_deontol%C3%B3gico

007. LA IMPORTANCIA DEL DERECHO NOTARIAL EN MATERIA REGISTRAL.

Autor:

Mgs. Gloria Lecaro N.

glecaro@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica Ecotec

Guayaquil, Ecuador

Resumen

La mayor parte de las actuaciones notariales deben ser inscritas en el Registro de la Propiedad, estas actuaciones se reflejan de forma clara con el contrato de compraventa, que ocupa un gran porcentaje en el desenvolvimiento de las actuaciones de los notarios. Nuestra legislación manda a que toda transferencia de dominio de bienes inmuebles deba inscribirse en el registro de la propiedad, por efectos de publicidad, aplicando el erga omnes. Por tal razón, esta vinculación entre las notarías y registro de la propiedad deben ser publicitadas por todos quienes de una u otra manera se desenvuelven en el campo del derecho, esto es, profesionales, estudiantes y público en general.

Palabras claves

Acto, contrato, documento, fe pública, notario

Summary

Most of notarial actions must be registered with the Land Registry, these actions clearly reflected in the sales contract , which occupies a large percentage in the development of the activities of notaries . Our legislation mandates that any transfer of title to real estate must be entered in the register of the property, for purposes of advertising, applying erga omnes. For this reason, this link between the notary and property registration must be publicized by all who in one way or another they operate in the field of law , that is, professionals, students and the general public .

Key Words

Act, contract , document, public faith , notary

Introducción

La importancia del derecho registral con el derecho notarial es un tema de actualidad que es importante conocerlo, sobre todo con el cambio en el procedimiento de la legislación ecuatoriana. El derecho notarial se relaciona con el derecho registral debido a que, muchos de los documentos otorgados en el Registro de Escrituras Públicas y en el Registro de Actas de Transferencia de Bienes Muebles Registrables se registran en los Registros de la Propiedad o Mercantil. Lo mismo ocurre en el caso de los procesos tramitados en el Registro de Asuntos no contenciosos como son el proceso de Sucesión Intestada entre otros.

Antes de continuar con la relación que existe entre la actividad notarial con el Derecho Registral, debemos analizar varios conceptos que nos permitirán conocer en qué forma se vinculan estas dos actividades en el orden jurídico- normativo. El Notario es el funcionario investido de fe pública para autorizar a requerimiento de parte los actos, contratos y documentos determinados en las leyes y se conoce que realiza actos bilaterales y unilaterales. Los testamentos que son actos jurídicos unilaterales porque solo una persona se compromete a dar un bien. Las actas notariales son actos bilaterales porque en un contrato ambas partes llegan a un acuerdo.

Existen diversos tipos de contratos, entre ellos, el de compraventa, el de donación, permuta, hipoteca y dación en pago. Como se conoce el principal contrato que se celebra en una notaría es la compraventa de bienes raíces, la misma que deberá ser hecha por escritura pública.

La escritura pública constituye un documento público de conformidad con lo prescrito en el artículo 205 del COGEP cuando menciona que es aquel autorizado con las solemnidades legales y si es otorgado ante notario e incorporado en un protocolo o registro público, se llamará escritura pública.

Dentro de las actividades del Notario se tienen algunas que se vinculan en forma permanente con la normativa del registro de la propiedad y que las establece el artículo 18 de la Ley notarial el mismo que manifiesta entre otras las siguientes atribuciones del notario: Protocolizar instrumentos públicos o privados por orden judicial o a solicitud de parte interesada patrocinada por un abogado. Levantamiento de Patrimonio Familiar, Donación de bienes Inmuebles, Posesión efectiva de Bienes Inmuebles, Disolución de sociedad conyugal y su posterior liquidación, Amojonamiento y deslinde en sector rural de fincas. Extinción del usufructo de bienes inmuebles de acuerdo a las reglas del código civil. Solemnizar la partición de bienes inmuebles hereditarios.

Una vez que se ha dejado claro algunos conceptos, el lector ha procedido a una investigación bibliográfica para indagar sobre el tipo de relación existente entre el derecho notarial y el derecho registral.

LA FUNCION NOTARIAL

El rol del notario público es significativamente diferente en algunos países, pero el rol principal de los notarios es la autenticación de firmas, de declaraciones juradas, la preparación de testamentos, y ocasionalmente el protesto de letras de crédito y otros instrumentos comerciales.

El notario ejerce su función en forma personal, autónoma, exclusiva e imparcial y debe tener claras sus funciones: la función notarial implica el no sometimiento del notario a decisiones de otra autoridad dentro del ejercicio de su función, ni estar sujeto a mandato imperativo; excepto en lo establecido en la Constitución y demás leyes pertinentes. Sólo el notario puede ejercer la función notarial y su ejercicio exclusivo implica que el notario sólo se encuentra impedido de ejercer las actividades específicas prohibidas por las leyes. El Notario debe ser una persona imparcial, debe proporcionar iguales facilidades y ayuda a las partes; no debiendo asumir posición en favor de alguna de estas.

La función fedante y formalizadora de instrumentos protocolares y extra protocolares que realiza el Notario implica la labor de orientación imparcial a los usuarios a que se refieren los artículos 27º y 99º del Decreto Legislativo, de calificación de la legalidad, del otorgamiento del acto o contrato que se solicita; correspondiéndole, la facultad de solicitar la presentación de requisitos, instrumentos previos o comprobantes que acrediten el cumplimiento de obligaciones tributarias, que sean necesarios para la formalización del acto o contrato. (Huaman, 2015)

El rol de los notarios es crucial para entender el sistema de derecho civil. De hecho, bien sea que se refiera a la creación de ciertas entidades legales, a la modificación de estatutos corporativos, a la escrituración o reforma de testamentos, al manejo de transacciones sobre propiedad inmobiliaria, o a la ejecución de actos relativos al derecho de familia, muy pocos actos legales de importancia que se ejecutan en países de derecho civil tienen lugar sin la intervención de un notario público. A diferencia de los notarios del derecho común, los notarios del derecho civil deben poseer un grado legal, y en algunas jurisdicciones ellos también deben completar un curso de especialización, incluyendo una capacitación práctica, a fin de obtener una licencia oficial y ser designados en sus puestos. (Figuerola, 2010).

IMPORTANCIA Y VERDADERO VALOR DE LA ESCRITURA PÚBLICA

En el derecho ecuatoriano son pocos los autores y libros que han brindado definición sobre este importante tema jurídico, Para poder entender su importancia, es necesario tener muy claro el concepto del derecho notarial y del término “escritura pública”, porque es la base de éste artículo.

El concepto de escritura pública sería: “instrumento público o auténtico es el autorizado con las solemnidades legales por el competente empleado. si fuere otorgado ante notario e incorporado en su protocolo o registro público se llamará escritura pública”. (Vargas, 2013)

Es un documento íntegro que no precisa ninguna comprobación o contraste y que tiene, por sí mismo, la plena eficacia que le da la ley desde el mismo momento en que el notario lo autoriza. Es un instrumento ejecutivo que posee fuerza probatoria de las fechas, de los hechos y de las declaraciones que contiene. (Consejo General del Notariado, 2015)

En la actualidad se puede decir que la escritura pública encierra la esencia del negocio jurídico, lo cual es muy importante, sobre todo cuando la palabra del hombre no tiene validez jurídica, como lo era antiguamente. Hace unos años sólo se necesitaba que dos personas verbalmente se pusieran de acuerdo para celebrar un contrato. “Sin embargo con el pasar del tiempo la palabra de las personas fue perdiendo credibilidad justamente porque las personas ya no cumplían con sus contratos como lo hacían antes”. (Leòn, 2006)

De allí surgió la idea de que los contratos tengan formalidades especiales, como testigos presenciales. Pero como esto no fue suficiente para que las personas cumplan con sus obligaciones, hubo que replantear el tema y realizar los contratos con solemnidades especiales, esto es, ante una Notaría. “Según la doctrina en caso de falta de instrumento público se aplicaría el principio de la inexistencia jurídica. Consecuentemente no cabe duda que: La escritura pública es un instrumento público”. (Vargas, 2013)

Cuando se celebra un contrato la idea es que este se cumpla y que tenga del mayor número de garantías, de ahí nace la Escritura Pública como un documento auténtico, autorizado por el Notario en el que constan las relaciones jurídicas de los participantes para que sirvan de ley entre los mismos. “De ahí que la Escritura es el mejor modo de expresión del pensamiento, el mejor medio para dar autenticidad, credibilidad y legalidad del acto”. (Leòn, 2006)

La escritura pública es bastante importante para el derecho y solo se hacen en las notarias. La escritura es el documento principal de la función notarial. En la práctica una escritura pública tiene validez absoluta. La definición de la escritura pública es poco conocida, pero el documento en sí, si es conocido por parte de los diferentes notarialitas y por parte de otros profesionales.

Para nosotros es un término jurídico sencillo de definir y en este sentido podemos afirmar que la escritura pública es el instrumento público notarial protocolar principal dentro del protocolo notarial, el cual es utilizado en los sistemas jurídicos notariales que forman parte del sistema notarial latino, y en este sentido es claro que resulta un tema que no se ha estudiado siempre, sino que recién ha aparecido hace pocos siglos, de lo cual dejamos constancia para un estudio más amplio y adecuado del presente tema.

La escritura pública, se forma o nace a la vida jurídica exclusivamente cuando se incorpora al protocolo el documento matriz, es un mandato solemne y formal que la Ley ha reservado en consideración al acto o contrato, consecuentemente no se reflexiona, que éste ha nacido a la vida jurídica si no se cumple con aquella, por más que haya acuerdo incluso por más que se haya ejecutado el contrato, así pueden las partes haberse puesto de acuerdo en el precio de un inmueble, puede que las partes ya hayan cumplido con sus obligaciones de pagar el precio y de entrega del predio, a los ojos de la ley no existe escritura pública, y menos aún puede admitirse ejecución. Ésta es una solemnidad propia de la escritura pública y su omisión acarrea la nulidad absoluta.

La Escritura Pública por su Naturaleza da forma solemne a cualquier documento, es un medio de prueba, da la eficacia legal que se necesita para asegurar la autenticidad del documento por si hubiere algún problema en el futuro, garantiza la legalidad o legitimidad del acto, además que constituye un medio formal que asegure los efectos del mismo, entre las partes y terceros.

Los requisitos de este instrumento público son: Que haya intervenido un funcionario público; que ese funcionario público sea competente; y, que se cumplan todos los requisitos legales, caso contrario podría acarrear la nulidad absoluta. Para que existe escritura pública, es necesario que el documento matriz debidamente otorgado y autorizado, sea incorporado al protocolo; solo a partir de este último hecho nace la escritura pública por su trascendencia, se necesita éste requisito formal ineludible de derecho público vinculante, no es un simple ropaje de formalismo o mero ritualismo por cuanto este documento necesita perdurar en el tiempo para la relación jurídica entre los otorgantes y terceros, garantiza la eficacia del documento público y del principio constitucional de seguridad jurídica para que sea título legitimador de las relaciones jurídicas con relevancia en la esfera judicial. (Vargas, 2013)

El cumplimiento estricto de la actividad notarial en el ámbito territorial determinará la validez o no del acto, contrato o hecho sometido a conocimiento del notario, lo que conlleva al ámbito probatorio. Aspecto de vital importancia, pues en el ámbito notarial la competencia únicamente está dada en razón del territorio y dentro de este en razón de los actos, contratos y hechos que son de facultad de las y los notarios.

Ante las notarías deben otorgarse por escritura pública todos los actos y contratos de disposición y gravamen de bienes inmuebles y en general todos aquellos para los cuales la ley exige esta solemnidad. Como se tiene conocimiento, en el código civil ecuatoriano, se encuentra tipificado los modos de adquirir el dominio de bienes inmuebles y su perfeccionamiento con la inscripción en el registro de propiedad. Estos modos de adquirir el dominio son: la ocupación, la accesión, la tradición, la prescripción, la sucesión por casusa de muerte. En este contexto de los negocios, la intervención de los notarios públicos es aún más importante, debido a que ellos sirven de testigos en la creación de compañías y para la transferencia de diferentes tipos de propiedad sean muebles o inmuebles, además asisten en liquidaciones de compañías, autentican una multiplicidad de documentos como compraventa, contratos de arrendamiento, escrituras, y cualquier tipo de contratos en general. La intervención de notarios es también solicitada comúnmente como un medio probatorio en procedimientos judiciales.

La Tradición como modo de adquirir el dominio, consiste en la entrega que el dueño hace de ellas a otro, habiendo, por una parte, la facultad e intención de transferir el dominio, y por otra la capacidad e intención de adquirirlo art. 686 del Código Civil. Para que la tradición o entrega tenga valor se requiere de un título traslativo de dominio como el de venta, donación, permuta etc. art. 691. La tradición de dominio de bienes raíces se efectuará por la inscripción del título (escritura) en el correspondiente registro de la propiedad. (Codigo Civil, 2008)

La Donación es un contrato por el cual una persona transfiere gratuita e irrevocablemente una parte de sus bienes a otra persona que lo acepta. También requiere escritura pública si lo que se dona es un inmueble y debe adjuntar paz y salvo predial o el formulario de pago del autoevalúo y la constancia de haber cancelado el impuesto de valorización. Previamente debe insinuarse toda la donación ante notario o juez, si el valor de lo donado es superior a cincuenta salarios mínimos mensuales legales vigentes. (Univoc, 2012)

Lo antes expuesto, se refiere a las formas de transferir el dominio, sin embargo, es necesario señalar que también debe intervenir el notario seguidamente con la actuación del registro de la propiedad. Así lo encontramos en el testamento y en las posesiones efectivas. El primero, el sujeto activo de la obligación es el testador, quien en acto de última voluntad decide la forma de entregar sus bienes después de sus días. En el segundo, los sujetos activos son quienes se creyeron con derecho a la sucesión intestada, los mismos que solicitan al notario se les otorgue la posesión efectiva pro-indiviso y sin perjuicio a terceros, pero en ambos casos para que surja efecto legal es necesario la inscripción de los mismos en el registro de la propiedad del cantón donde se encuentran ubicados los bienes inmuebles.

También tenemos las limitaciones al dominio. Cuando se trate de las limitaciones al dominio de bienes inmuebles es necesaria su inscripción en el registro de la propiedad, por ejemplo, la propiedad fiduciaria, usufructo, uso habitación, patrimonio familiar, servidumbres, prenda (bienes muebles), hipoteca.

La hipoteca es de carácter inmobiliario porque recae sobre bienes inmuebles y se constituye para asegurar el cumplimiento de una obligación principal. Una persona que hace un préstamo en el banco puede dar como garantía su casa, la misma que por ser un bien inmueble se entenderá que queda hipotecada.

Las servidumbres también es otra limitación del dominio y consiste en una carga impuesta sobre un inmueble, en favor de otro inmueble, y que obliga al propietario del primero a sufrir ciertos actos de uso, o abstenerse, por su parte, de ejercer ciertos derechos inherentes a la propiedad. Ninguno de los dos dueños puede hacer obras que impidan esta servidumbre.

También es una limitación al dominio el derecho de preferencia, que es cuando se pone a la venta algo, surgen ciertos derechos llamados de prelación o de preferencia, este tema también necesita protocolizarlo en una notaría.

Existen otras áreas en que el rol del notario público ha estado sujeto igualmente a reforma. Entre estas, el área de las transacciones garantizadas es un ejemplo importante en el caso de México, por ejemplo, las hipotecas deben ser registradas ante un notario público previamente a ser registradas en el registro de propiedad. Tradicionalmente, la asignación de derechos hipotecarios también requería la presencia de un notario público. Sin embargo, bajo nuevos desarrollos legislativos, los acreedores pueden asignar sus créditos directamente sin tener que dar un aviso notarial a los deudores o sin necesidad de cumplir con requerimientos de registro¹⁸. Los testamentos son otra área de interés para la reevaluación del rol de los notarios públicos en Latinoamérica. Mientras que un testamento requiere de la firma del testador y de dos testigos en muchas jurisdicciones del derecho común, en países de derecho civil la presencia adicional de un notario público es un pre-requisito para la validez de un testamento. (Figuerola, 2010).

El rol del notario es la autenticación y el registro de actos legales. Deben llevar un registro público, que es el protocolo de todos los documentos que autentican, y que se tratan de instrumentos que las partes ejecutan sin la intervención de un funcionario público de ninguna clase, tales como contratos y mandatos. Los notarios públicos dan fe a una multitud de actos y circunstancias a solicitud de parte. Por ejemplo, un notario público puede “certificar” una fecha determinada de un matrimonio, o que una persona estuvo presente un determinado día en alguna parte.

PRINCIPIOS REGISTRALES

A.- PRINCIPIO QUE SE REFIEREN A LOS REQUISITOS DE LA INSCRIPCION

En Derecho Registral tiene varios principios sobre los que se ejerce su campo de acción. Sin embargo nos referiremos solo a aquellos que tienen coincidencia con el derecho notarial:

Principio de Rogación.- El notario como el Registrador actúa solo a petición o ruego de parte y no de oficio.

Principio de Legalidad.- Esta referido al control de legalidad de los actos, derechos, contratos cuya inscripción se solicita, como es la capacidad de los otorgantes y la validez del acto.

B.- PRINCIPIO QUE SE REFIERE A LOS EFECTOS DE LA INSCRIPCION.-

Principio de fe pública registral.- La llamada fe pública registral tiene por objeto fundamental establecer que el Registro es un beneficio de los terceros adquirentes. En otras palabras, el tercero merece ser protegido y debe confiar en el Registro una vez adquirido el bien.

Principio de publicidad registral.- El principio registral de publicidad distingue los distintos tipos, clases o variedades de publicidad, lo cual no sólo genera problemas en sede registral, sino también en el campo judicial.

NUEVAS ATRIBUCIONES DE LOS NOTARIOS Y PROYECTO DE NUEVA LEY NOTARIAL

Desde marzo de este año, que se inició la facturación electrónica en las 511 notarías que funcionan a nivel nacional, hasta finales de abril se recaudaron \$32'268.356,88, producto del pago de los diferentes tipos de trámites que efectúa la ciudadanía. De ese total se entregó al Estado \$ 12'464.004,12, que corresponden al 40% del ingreso, lo cual consta en la Ley Notarial aprobada el año pasado, como el porcentaje de participación que debe pasar al Consejo de la Judicatura, ya que las facturas que emiten las notarías del país están controladas por esta entidad. Actualmente las notarías efectúan alrededor de 60 tipos de trámites; sin embargo, las reformas del Código Civil, así como el Código Orgánico General de Procesos (COGEP), aumentan 31 nuevas atribuciones a los titulares de las notarías, que antes

eran gestionadas en los juzgados.

Debido a estos cambios se está elaborando una nueva ley notarial. Las reformas al Código Civil y el COGEP trasladan atribuciones que se efectuaban en juzgados, a las notarías, entre las cuales es trámite exclusivo de las notarías todo lo referente a jurisdicción voluntaria referido a la liquidación de la sociedad de bienes, disolución de sociedad de bienes, aprobación de la constitución de las sociedades civiles y mercantiles, aprobación de la reforma de las sociedades civiles y mercantiles, autorización de inscripción de matrículas de comercio, requerimiento de la persona deudora para constituirla en mora, caución e inventario de usufructo, desahucio, inscripción de contrato de arrendamiento (canon mayor a un SBU), designación de administrador común, oficio al Registro Mercantil para inscripción de constitución o reforma de sociedades civiles y mercantiles. Declaración juramentada para la posesión notoria del estado civil, declaración de partición de bienes hereditarios, terminación de unión de hecho cuando no haya hijos dependientes.

El presidente de la Judicatura, Gustavo Jalkh, en declaraciones por la prensa, que hizo el año pasado, señaló que los cambios en las leyes y las nuevas atribuciones notariales serán analizadas para determinar si se necesitan más dependencias, y dijo que para eso se cuenta con un banco de elegibles. (Jalkh, 2015)

CONCLUSION

El registro de la propiedad tiene como eje fundamental de sus actividades el desempeño del notario en su función fedataria, la misma que se ve reflejada en los distintos actos, contratos y demás documentos que emergen de las notarías.

La normativa ecuatoriana enlaza las actividades del notario con el registro de la propiedad, el ejemplo clásico es la tradición.

Para evitar el problema futuro en el campo penal es necesario que exista una verdadera publicidad sobre la importancia de la inscripción de las transferencias de dominio, mediante charlas y conferencias al público en general y de manera especial a los jóvenes estudiantes.

BIBLIOGRAFIA

Codigo Civil. (2008). *Dominio o Propiedad*. Quito: norma.

Consejo General del Notariado. (2015). *Consejo General del Notariado*. Obtenido de <http://www.notariado.org/liferay/web/notariado/el-notario/que-hace>

Figueroa, D. (2010). El rol evolutivo del notario en latinoamerica. USA.

Huaman, C. (2015). *Derecho Notarial*. quito.

Jalkh, G. (2015). *Consejo de la Judicatura*. quito: norma.

Leòn, C. (2006). *Escritura publica y ley notarial ecuatoriana*. Recuperado el 2016, de <http://cdjbv.ucuenca.edu.ec/ebooks/c877.pdf>

Univoc. (2012). *Escritura publica*. Colombia.

Vargas, L. (2013). *Derecho Ecuador*. Recuperado el 2016, de <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechocivil/2013/06/03/escritura-publica>

018. LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR.

Autor:

Ab. Roger Nieto Maridueña, Msc.

Universidad Tecnológica ECOTEC

Docente Investigador

rnieto@ecotec.edu.ec

Resumen:

Todo Estado moderno que quiere cumplir con los derechos humanos positivos que debe brindar a sus habitantes debe aplicar la herramienta de buen gobierno que constituyen las políticas públicas, por ello, en esa misma línea, el constituyente Ecuatoriano consagró la obligatoriedad de su formulación y posterior evaluación, teniendo siempre como eje el Plan Nacional del Buen Vivir, que contiene los objetivos nacionales para el ejercicio de un periodo de gobierno; siempre contando con la participación ciudadana en todas las etapas del ciclo de dichas políticas públicas, sobre todo aquellas que están dirigidas al sector de la Educación Superior, que buscan la instauración de un nuevo modelo acorde con las exigencias científicas del Siglo XXI y las exigencias de los estudiantes que son actores permanentes del mismo. Para lo cual es necesario analizar si dichas políticas cumplieron los porcentajes de las metas que les fueron trazadas, surgiendo de dichos resultados, la necesidad de ajustes a las mismas o su reformulación.

Palabras clave: Políticas públicas, Buen vivir, gestación, implementación, evaluación, seguimiento, Consejos para la Igualdad, Plan Nacional del Buen Vivir, Estrategia de Largo Plazo, Agendas Sectoriales

INTRODUCCIÓN

Objetivo general:

Realizar un análisis de las políticas públicas contempladas en el Plan Nacional del Buen Vivir, con un enfoque en la Educación Superior, a través del examen de sus lineamientos, el cumplimiento de sus metas, con la finalidad de concluir la importancia de la formulación de políticas públicas en dicho sector y su posterior evaluación para que los habitantes puedan gozar de los derechos del Buen Vivir.

Objetivos específicos

- Conocer el marco constitucional que deben tener todas las políticas públicas que generan los diferentes actores públicos en el Ecuador, encaminadas al beneficio de los ciudadanos.
- Determinar el ciclo que toman las políticas públicas que el Estado Ecuatoriano elabora en favor de los administrados.
- Establecer la importancia que tiene el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 dentro de la gestación, formulación, implementación de las políticas públicas.
- Conocer los objetivos nacionales dentro del Plan Nacional del Buen Vivir que son generadores de políticas públicas, lineamientos y metas.
- Evidenciar el nivel de cumplimiento de las metas de las políticas públicas de Educación Superior frente a las acciones que se formularon para dar cumplimiento a los objetivos nacionales dentro del sector de la educación.

DESARROLLO

Qué es una Política Pública.-

La mayoría de autores coinciden en que una política pública consiste en acciones, como es el caso de (Ozlack, 1990) que definen como tal al “conjunto de acciones que manifiestan una intervención del Estado en relación con una problemática social que concita interés y movilización de otros actores de la sociedad”; de lo cual se desprende que las Políticas Públicas son: acciones del gobierno frente a la percepción de problemas, con unas definiciones de objetivos y un proceso para llevarlo a cabo.

Marco constitucional de las políticas públicas.-

La Constitución de la República en su artículo 85 determina el ciclo de las mismas en el Ecuador, el cual coincide con el resto de la doctrina: formulación, ejecución, evaluación y control. Esta norma constitucional desarrolla todo el alcance que deben tener las políticas públicas en la gestión pública en el país dejando clara las siguientes reglas (Asamblea Nacional Constituyente):

- Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formularán a partir del principio de solidaridad.
- Sin perjuicio de la prevalencia del interés general sobre el interés particular, cuando los efectos de la ejecución de las políticas públicas o prestación de bienes o servicios públicos vulneren o amenacen con vulnerar derechos constitucionales, la política o prestación deberá reformularse o se adoptarán medidas alternativas que concilien los derechos en conflicto.
- El Estado garantizará la distribución equitativa y solidaria del presupuesto para la ejecución de las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos.
- En la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos se garantizará la participación de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

Del análisis de las referidas reglas constitucionales de las políticas públicas se evidencia que el marco de referencia de las mismas es el Plan Nacional del Buen Vivir, lo cual guarda concordancia con lo que establece el numeral 3 del artículo 277 de la Carta Magna.

Las políticas públicas, de acuerdo a sus reglas no pueden vulnerar derechos constitucionales so pena de tener que ser reformuladas y es por ello que se establece como una necesidad que las mismas no sean elaboradas únicamente por los órganos del poder público sino con la plena participación de las comunidades, pueblos y nacionalidades.

La doctrina considera la existencia del llamado bloque de constitucionalidad en cuanto a la formulación de las políticas públicas, lo cual consiste en que las mismas se basan en el Plan Nacional del Buen Vivir, el cual a su vez, tiene como finalidad el pleno desarrollo de los derechos de la Carta Magna, considerándolos integrales, es decir que todos son fundamentales, sin excepción, para una vida digna.

Por mandato constitucional, le corresponde al Presidente de la República definir y dirigir las políticas públicas, correspondiéndole a los Ministros de Estado ejercer la rectoría de las de las áreas a su cargo, debiendo expedir los acuerdos y resoluciones que las viabilicen (Asamblea Nacional).

El constituyente consideró que no sólo debía corresponderles a las autoridades anteriores la participación en los ciclos de las políticas públicas sino que estableció en el artículo 156 de la Constitución los Consejos Nacionales para la igualdad ejercerán atribuciones en la formulación, transversalización, observancia, seguimiento y evaluación de las políticas públicas relacionadas con las temáticas de género, étnicas, generacionales, interculturales, y de discapacidades y movilidad humana.

Ciclo de las políticas públicas.-

La mayoría de autores coincide en que las fases de las políticas públicas son cuatro pero el criterio más cercano a nuestra realidad es gestación, formulación, implementación y evaluación (Aguilar Astorga & Lima Facio, 2009):

En la fase de gestación de una política pública se detectan problemas públicos, debiendo determinar la prioridad de cada uno de ellos; luego en la fase de formulación, una vez que ya se ha elaborado una agenda gubernamental de problemas a resolver, se procede a determinar las formas como se los va a resolver, tomando en consideración los recursos con los que cuenta el Estado en ese momento histórico, siendo este el momento en el cual se trazan las acciones que posteriormente se van a implementar; justamente este es el momento en que cobran relevancia las llamadas agendas sectoriales y territoriales que contienen la visión de desarrollo para el área de su competencia, determinan las directrices de política intersectorial para las entidades coordinadas y presentan el conjunto de acciones de la gestión pública en dicha área (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2011).

Tiene también es esta fase un papel preponderante la planificación institucional, la cual garantiza que la programación de los recursos públicos responda a: las directrices emanadas de la Constitución, los principios y estándares de derechos humanos derivados de los instrumentos internacionales vinculantes, la Estrategia de Largo Plazo denominada Estrategia Endógena Sostenible de Acumulación y (Re)Distribución de la Riqueza para el Buen Vivir, el Plan Nacional para el Buen Vivir, las Agendas Sectoriales, Territoriales y para la Igualdad, y las Políticas Sectoriales. De esta forma, la Programación Plurianual de la Política (instrumento de planificación institucional de mediano plazo) y la Programación Anual de la Política (instrumento de programación de los gastos permanentes y no permanentes para el cumplimiento del Plan Nacional para el Buen Vivir) de cada institución deben plasmar la acción pública en consonancia con la planificación nacional (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2011).

Una vez definidas las políticas públicas que tratarán de dar solución a un problema público, se pasa a la fase de implementación de las mismas, lo cual muchas veces no constituye tarea fácil cuando en la etapa de formulación no participaron los sectores sociales que se van a ver afectados por la implementación de dichas políticas. En esta fase se presentan los llamados juegos de poder porque existe multiplicidad de implementadores y en otros casos existen factores que impiden cumplir los objetivos que se propusieron solucionar las políticas públicas (Aguilar Astorga & Lima Facio, 2009):

“Implementación es un proceso, implica juegos de poder, y no puede desapegarse de las estrategias y técnicas de los implementadores. Se habla de “juego” porque no hay un solo implementador, hay multiplicidad de actores (autónomos y semiautónomos) y todos quieren cierto control.

En esta fase, es común encontrar prácticas como: desvío de dinero, distorsión de objetivos, resistencia de unos vs. control administrativo de otros y lo más desgastante, la disipación de energías. La clave de la implementación es como enfrentarse a la incertidumbre”.

En la fase de evaluación se valora el nivel de objetivos alcanzados en la ejecución de las políticas públicas, a efectos de verificar las falencias para mejorar las actividades o plantear una reformulación de las políticas.

De acuerdo a la Ley de Participación Ciudadana y Control Social el monitoreo y evaluación estatal está a cargo de: Consejos Nacionales de igualdad, Secretaría General de la Administración Pública (a corto plazo) y Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.

La misma norma establece que el monitoreo y evaluación de la sociedad civil está a cargo de: Consejos Ciudadanos Sectoriales, Veedurías, Consejos consultivos y observatorios.

Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017:

La Constitución de la República establece el “Buen Vivir” como el modelo social a aplicar en el Ecuador, en el cual todos los ciudadanos reciben las prestaciones gubernamentales que satisfarán sus derechos humanos fundamentales.

El Plan Nacional para el Buen Vivir es el eje de las políticas públicas nacionales, porque contiene las orientaciones político-programáticas para los cuatro años de gobierno, que han sido elaboradas y aprobadas por la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, las cuales constituyen el origen del accionar gubernamental (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2011).

El Plan Nacional del Buen Vivir para el periodo 2013-2017 contiene doce objetivos con sus respectivas, políticas públicas, dentro de ellas los lineamientos a seguir y la metas que se deben alcanzar:

Los objetivos son:

- Objetivo 1: Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular.
- Objetivo 2. Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad.
- Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población
- Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía
- Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad
- Objetivo 6. Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos
- Objetivo 7. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global
- Objetivo 8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible
- Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas
- Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva
- Objetivo 11. Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica.
- Objetivo 12. Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.

Las políticas públicas de educación superior en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017.-

En el Plan Nacional del Buen Vivir vamos a encontrar en el Objetivo 4 una política pública de educación superior, que cuenta con cinco lineamientos para su concreción; adicionalmente a ello, en el mismo objetivo aparece una política pública que si bien no es de educación superior, a momento de desarrollar uno de sus lineamientos tiene directa aplicación a lo que este tipo de educación se refiere. Finalmente, en el Objetivo 10 que es de gran trascendencia nacional (cambio de la matriz productiva) contiene una política pública que a pesar de no se directamente de educación superior, al momento de implementarla y ejecutarla, tiene como uno de sus lineamientos acciones relacionadas con este nivel educativo.

El Objetivo 4 que es **“Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía”** tiene como **política pública de educación superior**: **“Alcanzar la universalización en el acceso a la educación inicial, básica y bachillerato, y democratizar el acceso a la educación superior”**. Los lineamientos de esta política pública relacionados con la educación superior son:

1. Garantizar el acceso a recursos educativos necesarios para el buen desempeño, la asistencia y la permanencia de la población en edad escolar al Sistema Nacional de Educación Pública.
2. Generar mecanismos de acceso al sistema educativo para la población históricamente excluida en función de territorio, etnia, género, ingreso y edad, personas privadas de la libertad y migrantes, mediante acciones afirmativas.
3. Fortalecer la regulación y el control de los cobros de servicios de la educación particular, en todos sus niveles, así como controlar el cumplimiento de la gratuidad de la educación pública hasta el tercer nivel.
4. Generar mecanismos para una articulación coherente y efectiva entre el Sistema Nacional de Educación, el Sistema de Educación Superior, el Sistema Nacional de Cultura y el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales.
5. Generar mecanismos para deconstruir y evitar la reproducción de prácticas discriminatorias excluyentes (patriarcales, racistas, clasistas, sexistas y xenofóbicas) dentro y fuera del sistema educativo.

La política pública de educación superior **“Alcanzar la universalización en el acceso a la educación inicial, básica y bachillerato, y democratizar el acceso a la educación superior”** a su vez tiene cuatro metas:

1. Aumentar en 70.000 las personas matriculadas en tercer nivel de educación superior universitaria:

En relación a esta meta, del examen de la información que tiene la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo en su portal web podemos evidenciar que se ha cumplido hasta el año 2011 en un 39.6% siendo la expectativa para el año 2016 alcanzar el 50%. Esta información es la resultante de la siguiente metodología de cálculo: “La información del número de personas matriculadas en tercer nivel de formación superior se obtiene de los registros administrativos del Sistema de Información de Educación Superior – SNIESE– perteneciente a la Secretaria Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT). Se incluye a los matriculados en instituciones de educación superior públicas, privadas y cofinanciada (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo).

2. Aumentar en un 60% la participación de matriculados en Institutos Técnicos y Tecnológicos con relación al total de nuevos matriculados del Sistema de Educación Superior:

Según el examen de la información que tiene la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo en su portal web podemos evidenciar que dicha meta se ha cumplido hasta el año 2014 en un 10% siendo la expectativa para el año 2017 alcanzar el 13.5%. Esta información es la resultante de la siguiente metodología de cálculo: “La información se obtiene de los registros administrativos del Sistema Nacional de Nivelación y Admisión (SNAA), perteneciente a la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT). Para obtener el numerador, se considera el número de personas que aceptaron cupo en Institutos Técnicos y Tecnológicos en un determinado período. Para calcular el denominador, se considera el total de personas que aceptaron cupo del Sistema de Educación Superior, en ese período. Finalmente para obtener el valor del indicador, se realiza el cociente entre el número de personas que aceptaron en Institutos Técnicos y Tecnológicos, respecto al total de personas que aceptaron cupo del Sistema de Educación Superior, y se multiplica por cien”. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo).

3. Alcanzar el 80% de titulados en tiempo oficial:

Del examen de la información que tiene la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo en su portal web podemos evidenciar que dicha meta se ha cumplido hasta el año 2013 en un 52.2% siendo la expectativa para el año 2017 alcanzar el 80%. Esta información es la resultante de la siguiente metodología de cálculo: “La información se obtiene de los registros administrativos del Sistema de Información de Educación Superior –SNIESE– perteneciente a la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT). El período de duración de las carreras se sustenta en los artículos 22, 23 y 24 del Reglamento de Régimen Académico del 2009, que hacen referencia a la cantidad de créditos de acuerdo al nivel de formación y en el Art.18 que expresa la respectiva equivalencia en horas. Para calcular el numerador, se considera todos los estudiantes graduados en el tiempo oficial +1 considera todos los graduados de las instituciones de educación superior. Finalmente para obtener el valor de la tasa, se realiza el cociente entre todos los estudiantes graduados en el tiempo oficial +1 año, sobre todos los graduados y se lo multiplica por cien”. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo).

4. Alcanzar el 85,0% de profesores universitarios con título de cuarto nivel.

De acuerdo al examen de la información que tiene la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo en su portal web podemos evidenciar que dicha meta se ha cumplido hasta el año 2013 en un 67.2% siendo la expectativa para el año 2017 alcanzar el 85%.

Esta información es la resultante de la siguiente metodología de cálculo: “La información del número de docentes titulares de educación superior se obtiene de los registros administrativos del Sistema de Información de Educación Superior – SNIESE– perteneciente a la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT). Los niveles de titulación de los docentes de educación superior se clasifican en:

- Sin tercer nivel: cuando no han logrado la culminación del plan de estudios.
- Nivel técnico superior-Tercer nivel: títulos de técnico o tecnológico, grado de licenciado y los títulos profesionales universitarios o politécnicos
- Cuarto nivel: especializaciones, maestrías, doctorado, post doctorado.

Para obtener el porcentaje de docentes titulares con título de cuarto nivel, se realiza el cociente entre los docentes de nombramiento con el nivel de titulación indicado y el total de docentes titulares de educación superior y se multiplica por 100. La información corresponde a los registros administrativos de todo el sistema público y privado.” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo).

En el Objetivo 4 que es **“Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía”** encontramos una política pública que si bien no es directamente de educación superior guarda una relación en su ejecución con las mismas: **“Promover la interacción recíproca entre la educación, el sector productivo y la investigación científica y tecnológica, para la transformación de la matriz productiva y la satisfacción de necesidades”**. Los lineamientos de esta política pública relacionados con la educación superior son: **“Articular el bachillerato, la educación superior, la investigación y el sector productivo público y privado al desarrollo científico y tecnológico y a la generación de capacidades, con énfasis en el enfoque de emprendimiento, para la transformación de la matriz productiva, la satisfacción de necesidades y la generación de conocimiento, considerando nuevas áreas de formación”**.

El Objetivo 10 que es **“Impulsar la transformación de la matriz productiva”** encontramos una política pública que si bien no es directamente de educación superior guarda una relación en su ejecución con las mismas: **“Promover la intensidad tecnológica en la producción primaria, de bienes intermedios y finales”**. Los lineamientos de esta política pública relacionados con la educación superior son: **“Articular la investigación científica, tecnológica y la educación superior con el sector productivo, para una mejora constante de la productividad y competitividad sistémica, en el marco de las necesidades actuales y futuras del sector productivo y el desarrollo de nuevos conocimientos.”**

De la revisión de la política pública de Educación Superior y de las otras relacionadas con el sector, se constata que el Estado ecuatoriano, en su diseño del Plan Nacional del Buen vivir, ha encomendado al órgano rector de éstas políticas (SENESCYT) la responsabilidad de la instauración de un nuevo modelo de educación superior a través de un marco de incentivos como los que destacaremos a continuación (Mintegiaga & Prieto del Campo, 2013):

- Incremento de la oferta académica en las instituciones de educación superior públicas

La SENESCYT y otras unidades gubernamentales a efectos de incrementar la oferta académica se han comprometido en las siguientes acciones:

1. Creación de cuarenta institutos superiores técnicos y tecnológicos.
2. Creación de cuatro universidades de excelencia.
3. Fortalecer la infraestructura de los diecinueve institutos superiores de investigación públicos.
4. Proyecto de equipamiento de laboratorios.

- Plan Nacional de Ciencia y Tecnología

El órgano rector de la Educación Superior tiene un plan que recoge las iniciativas, proyectos y necesidades de los centro de Educación Superior, que son los entes donde se genera y desarrolla la ciencia y la tecnología.

- Publicaciones y bases de datos

La Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación dentro de las acciones para construir un nuevo modelo de educación, ofrece servicios de números seriados ISSN (International Standard Serial Number) para las publicaciones que dentro de la ciencia y tecnología realicen investigadores y estudiantes en el país, ofertando también a los centro de Educación Superior la catalogación en Latindex para el Ecuador de las revistas científicas que produzcan los actores de dichos centros. En esta misma línea la SENESCYT ofrece a los actores de los centros de Educación Superior el “Proyecto de Fortalecimiento del Acceso a la Información Científica Internacional”, que consiste en el acceso gratuito a bases de datos de publicaciones científicas, tales como GALE CENGAGE Learning, EBSCO, ProQuest, e-libro, Ebook Library, y otras.

CONCLUSIONES

1. Un gobierno no puede cumplir con el respeto de los derechos de los habitantes de un Estado si no emplea la herramienta de las políticas públicas, que sirven cabalmente para solucionar los problemas y necesidades de los mismos.
2. El gobierno ecuatoriano del periodo 2013-2014 se ha comprometido en la elaboración y ejecución de un Plan Nacional del Buen Vivir, que tiene por finalidad desarrollar esa especial clase de derechos que se encuentran consagrados en la Constitución de la República.
3. El Plan Nacional del Buen Vivir constituye el eje sobre el cual gira la generación, formulación, implementación y posterior evaluación de las políticas públicas, teniendo como un valor agregado la participación ciudadana en todos esos ciclos, especialmente el de la evaluación, que ha cobrado un papel preponderante en la inclusión de elementos relegados de la sociedad a través de los Consejos para la Igualdad que trabajan conjuntamente con los entes gubernamentales que trazan las agendas intersectoriales.
4. En el ámbito de la educación superior los cinco lineamientos de dicha política están encaminados a lograr el acceso a dicho tipo de educación a segmentos de la sociedad que antes no accedían, a efectos de tener un servicio regulado y articulado con el Sistema Nacional de Cultura y el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales.
5. La información que está a disposición de los ciudadanos en el portal web de La Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación sobre el cumplimiento de las metas ligadas a las políticas públicas de educación superior, no es completa por cuanto no está actualizada, omitiéndose además las razones por las cuales no se ha logrado el cumplimiento total de las mismas, lo cual impide determinar las fallas de las acciones, los responsables de las mismas y sobre todo que se pueda realizar una reformulación de los lineamientos o de las políticas públicas.

BIBLIOGRAFIA

Aguilar Astorga, C., & Lima Facio, M. (2009). ¿Qué son y para que sirven las políticas públicas? *Contribuciones a las ciencias sociales* .

Asamblea Nacional Constituyente. (s.f.). Constitución de la República. *Artículo 85* .

Asamblea Nacional. (s.f.). Constitución de la República. *Artículos 147 numeral 3 y 154 numeral 1* .

Minteguiaga, A., & Carlos, P. d. (2013). *Los actores del cambio en la reinversión de la universidad ecuatoriana*. Quito: Instituto de Altos Estudios Nacionales IAEN.

Ozlack, O. (1990). Estado y políticas estatales:hacia una estrategia de investigación. En C. d.

Humanidades, *El Estado en América Latina*. Universidad Autónoma de México.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (s.f.). *Buen Vivir Plan Nacional 2013- 2017*. Recuperado el 26 de Agosto de 2016, de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo->

4.-fortalecer-las-capacidades-y-potencialidades-de-la-ciudadania#tabs3

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2011). *Guía para la formulación de políticas públicas sectoriales*. Quito: SENPLADES.

009. DERECHO A LA INTIMIDAD DEL CIUDADANO COMO TRABAJADOR.

Autoras:

Ab. Karla Fey Gonzalez

Ab. Jacqueline Cabanilla

jcabanilla@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica Ecotec

Guayaquil, Ecuador

RESUMEN

En el ámbito empresarial ha sido importante innovar en tecnología, bienes y servicios de manera permanente, con esto se ha garantizado un mejor desarrollo y desenvolvimiento de la empresa o industria, pero de la mano de esta innovación, tenemos los controles ejercidos a los usuarios de estas herramientas, que en el caso particular de esta investigación, son los empleados. Desde que se implantaron las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información en las relaciones laborales, se dio lugar a una serie de conflictos legales dentro de los tribunales y con el tiempo se han realizado estudios relacionados con esta materia, mismos que actualmente ofrecen respuestas a dudas cada vez más frecuentes sobre cómo deberían resolverse las confrontaciones entre el uso de los instrumentos tecnológicos para trabajar y para controlar el trabajo y los derechos del trabajador, específicamente su derecho a la intimidad. Dicho esto, se debe recalcar que el objetivo fundamental de esta investigación ha sido resaltar que los derechos fundamentales de una persona no pueden ser vulnerados por encontrarse bajo una relación contractual o de dependencia, además de concluir que existe un amplio desconocimiento de las partes sobre sus atribuciones y cómo resolver amistosamente los conflictos derivados del uso y control del manejo de las herramientas tecnológicas.

PALABRAS CLAVES: Derecho a la intimidad, Trabajador, Constitución

INTRODUCCION

Los estudios acerca de los derechos fundamentales de las personas, se resumen en reconocer la superioridad de los mismos, frente a las diversas normas y reglamentos a los que se puedan regir en calidad de trabajadores. Además de analizar el desconocimiento de las partes dentro de una relación laboral acerca de las facultades y atribuciones frente al uso de las herramientas tecnológicas de la comunicación y la información.

El tema se escogió siguiendo la actual necesidad de conocimiento del ciudadano respecto de sus derechos frente a los posibles conflictos que puedan derivarse del mal uso de los activos de una empresa, no se trata de transformar los actos en inexistentes, sino en defender el debido proceso interno para controlar el uso de las herramientas sin violentar los derechos del ciudadano en su calidad de trabajador.

El objetivo de este tema es el de fundamentar desde una visión técnico jurídica el derecho a la intimidad del trabajador como límite al ejercicio legal del empleador en los conflictos laborales derivados del uso de las nuevas tecnologías de la comunicación e información

El número de litigios relacionados con los conflictos laborales por mal uso de las herramientas de la tecnología de la comunicación y la información, va en ascenso. La causa principal es el desconocimiento de las atribuciones que tiene el patrono o sus delegados para ejercer los controles o para auditar las actividades, pues suelen pasar por alto los derechos del ciudadano, que por su condición de trabajador no deja de serlo, y que al usar los activos de la empresa, esta es dueña y administradora de todo lo que el utilice, sin importar la privacidad del mismo, ignorando que hay procesos a seguir para que así, los derechos de las partes no se vean vulnerados y las soluciones sean amistosas y justas.

Este tema se justifica debido a que la tecnología ha revolucionado el mundo laboral en los últimos años y continua haciéndolo, son muchas las actividades en las que se emplean instrumentos informáticos ya que estos buscan la optimización del trabajo generando así un mejor servicio y mayor productividad; y, aunque la finalidad de la implantación de herramientas tecnológicas en las empresas para uso de los empleados haya sido la búsqueda de la perfección de las tareas, el comportamiento de ellos puede desviarse y usar estas herramientas de forma indebida.

Esta investigación parte del análisis de varias sentencias en las que si bien es cierto el empleado ha faltado a ciertas normas del reglamento interno y esto en

teoría constituiría un despido, las sentencias han aplicado soluciones más difuminadas.

El enfoque principal de la investigación busca que las partes de una relación laboral se beneficien, muchas veces se desconoce el marco constitucional y legal utilizado para resolver este tipo de conflictos, simplemente se actúa basándose en normas o reglamentos internos, desconociendo la superioridad de los derechos fundamentales del ciudadano, así se han visto casos de empleadores que han actuado de forma apresurada ejerciendo controles de forma indebida, y también empleados, que por ejemplo han sido despedidos basándose en resultados obtenidos en este tipo de controles, y que no han defendido sus derechos.

MARCO TEORICO

Teniendo en cuenta el objeto de se desarrolló en este primer capítulo los componentes conceptuales y contextuales reconocidos dentro de “la protección jurídica del derecho a la intimidad del ciudadano en el ámbito de las relaciones laborales”, ya que es necesario entender lo que representan y significan cada una de estas categorías.

Para lograr lo antes dicho, en la parte conceptual se abordaron múltiples conceptos generales que permiten un análisis preciso y riguroso y que darán respuesta a las dudas más comunes alrededor de lo que abarca el derecho a la intimidad dentro de las relaciones laborales, además se expondrá en que norma el Ecuador admite este derecho como fundamental y cuáles son las pautas para que sea interpretado de forma correcta y así evitar que se vea violentado.

La protección jurídica de los derechos está ligada directamente a los Estados de Derecho y se concreta a la formulación adecuada de las normas de los ordenamientos jurídicos y al cumplimiento de los derechos por sus destinatarios y por sus órganos de aplicación y se encarna en la certeza del derecho.

La Constitución del Ecuador expresa en su artículo 11, numerales: Artículo 1.- “Los derechos se podrán ejercer, promover y exigir de forma individual o colectiva ante las autoridades competentes, estas autoridades garantizarán su cumplimiento” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008, pág. 8). Artículo 2.- “Todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades... la ley sancionará todo tipo de discriminación...” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008, pág. 8).

Así mismo, el Código de Trabajo del Ecuador, en su artículo 5 manifiesta lo siguiente: “Protección judicial y administrativa: Los funcionarios judiciales y administrativos están obligados a prestar a los trabajadores oportuna y debida protección para la garantía y eficacia de sus derechos” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2015, pág. 2).

Lo que surge de la protección jurídica de derechos no es otra cosa que la factibilidad de que el Estado prevea los efectos y consecuencias de la celebración de contratos o de nuestros actos, para que estos se realicen de acuerdo a la norma, además de ser concebida como exigencia para la adaptación del derecho a la vida social y resolver las injusticias de la manera menos injusta.

Según Miguel Carbonell “resulta obvio que los derechos no han llegado ni automática ni mágicamente a los textos constitucionales. Los derechos están ahí por alguna razón...” (Carbonell, 2005), según su análisis se resume que la protección jurídica de los derechos no es más que el reconocimiento de la existencia de los mismos, es decir, que solo por ser nombrados así se encuentran protegidos y garantizados.

Con respecto a los derechos fundamentales, Martha Guadalupe Guerrero dice: Una diferenciación que se realiza en el ámbito internacionalista respecto a los derechos humanos y los derechos fundamentales es que mientras los primeros son a los que tenemos derecho todos los individuos por el simple hecho de nacer, los segundos se refieren solo a aquellos derechos humanos que ya han sido integrados en diversos instrumentos jurídicos, tales como las Constituciones o los instrumentos internacionales (Guerrero Verano).

La razón para que un derecho sea calificado como fundamental se puede encontrar en su base jurídica, en otras palabras, en la admisión que hace un texto constitucional de tal derecho, esto según una perspectiva dogmática constitucional, en cambio, desde el análisis de teoría de justicia, la base de un derecho estaría en las razones que puedan existir para tal derecho; desde el análisis de la teoría del derecho, los derechos fundamentales encuentran su razón de ser, al reunir ciertos requisitos y características establecidas en conceptos que se brinden de los derechos; y desde el punto de vista historiográfico y sociológico, se considerara como fundamental un derecho en razón a la relevancia histórica o en la medida en se haya practicado, este último análisis deja a un lado todas aquellas disuaciones de pensadores que no hayan tenido repercusiones prácticas.

Esta investigación se sitúa sobre todo con el segundo análisis, es decir aquel punto de vista que se relaciona con la teoría de la justicia, y aunque existen discrepancias en la justificación de la categorización de los que deberían llamarse derechos fundamentales, para el desarrollo se considerara el análisis de Luigi Ferrajoli, quien sostiene que: “es posible la identificación de los siguientes cuatro criterios axiológicos que responderían la duda acerca de los derechos que deberían ser considerados fundamentales, estos son: la igualdad, la democracia, la paz, los derechos fundamentales como leyes del más débil” (Ferrajoli, 2001).

De manera general, se determina que los derechos fundamentales pueden llamarse así, al constituirse en herramientas para proteger los más importantes de los intereses de las personas, ya que buscan preservar aquellos bienes básicos que son necesarios para el desarrollo digno de cualquier proyecto de vida.

El análisis histórico realizado permitió entender que la protección a la intimidad como derecho es algo moderna, concretamente nace dentro de las revoluciones burguesas en el siglo XVII y el siglo XVIII, en tanto, es imposible imaginar algo similar en la Edad Media en referencia a como se la conoce hoy.

Al momento de encontrar un concepto o definición de intimidad, se pueden observar algunos interesantes, por ejemplo: Carbonnier: Esfera secreta de la vida, de la que tenga poder de alejar a los demás. Cupis: La exigencia de aislamiento moral, de no comunicación externa, de cuanto concierne a la persona individual. Nerson: Un sector personal reservado a fin de hacer inaccesible al público, sin la voluntad del interesado, eso que constituye lo esencial de la personalidad. Desantes: Aquella zona espiritual del hombre que considera inespecífica, distinta de cualquier otra, independientemente de lo que sea; y por tanto, exclusivamente suya que tan solo el libremente puede revelar. Nuñez: Esa facultad de toda persona natural para marginar a los demás de ciertos aspectos legítima y racionalmente reservados de su vida personal. Garcia Morente: El conjunto de la vida privada puede compararse con un cono, en donde la superficie de la base está todavía en contacto con el mundo de las relaciones públicas; pero a medida que los planos van acercándose al vértice, la vida privada se condensa en un punto, en la soledad del yo viviente, a la que nadie más que yo mismo puedo tener verdadero acceso (Ugarte C., 2000, pág. 3).

La intimidad ha sido catalogada como el círculo personal en el que se ven involucrados los valores de cada ciudadano, y la privacidad de todos ellos es primordial para un desarrollo adecuado. Dicho esto, la intimidad se considera un derecho fundamental

que traspasa esa condición no solo al círculo personal de cada ciudadano, sino también a su imagen, domicilio, entorno familiar, comunicaciones, honor, moral, etcétera, todos admitidos y protegidos como derechos fundamentales en la constitución, con el firme propósito de cuidar la dignidad de las personas y salvaguardar este círculo personal ante ilegítimas intervenciones que puedan darse por parte de terceros.

Pero, ¿hasta dónde se extiende esa zona?, ¿cuáles son los límites que pueden demarcar aquello que corresponde a la intimidad? En respuesta a estos planteamientos existen dos puntos de vista, el primero determina la zona que constituiría lo íntimo aquello que se da por la misma voluntad de la persona, es decir, que no será conocido por el público lo que el considere privado. Un segundo punto de vista expone que lo íntimo va más allá de la de la voluntad del sujeto y que existe una estructura de lo que se considera íntimo y que debe ser protegido de forma jurídica.

El derecho a la protección de datos de carácter personal que incluye al acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley. El derecho a la inviolabilidad y al secreto de la correspondencia física y virtual; esta no podrá ser retenida, abierta ni examinada, excepto en los casos previstos en la ley, previa intervención judicial y con la obligación de guardar el secreto de los motivos ajenos al hecho que motive su examen. Este derecho protege cualquier otro tipo o forma de comunicación” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008, pág. 53)

Existen ciertos cuestionamientos de la vida del empleado que deben estar en definitiva fuera del alcance del empleador, por ejemplo, las inclinaciones religiosas o sexuales, y otras en las que no cabe duda que deberían ser controladas y por lo tanto invadidas por el empleador, por ejemplo, los controles de productividad del empleado. En medio de estos dos planteamientos, se encuentra la situación polémica que será objeto de análisis de esta investigación.

En Ecuador, dentro de la legislación laboral no encontramos disposiciones expresas que regulen el derecho a la intimidad del empleado y esto nos obliga a preguntarnos en primer lugar, si hay razón jurídica para hablar del derecho a la intimidad del empleado frente al patrono, y en segundo lugar, que relevancia tiene ese derecho en el ámbito de las relaciones laborales y que lo separe de los demás ámbitos de la vida social. Luego de resolver estas preguntas, se podrá entrar a revisar los problemas en las relaciones laborales en los que se involucre el

derecho a la intimidad y las posibles soluciones legales.

La primera de estas cuestiones nos lleva nuevamente a hablar sobre el derecho fundamental a la intimidad, y si estando contemplado en la constitución, solo corresponde a un derecho que tiene el ciudadano para hacer frente a acciones del estado, o es también exigible entre personas particulares como los trabajadores y los empleadores.

Frente a este planteamiento se asume lo que expresa Gloria Rojas Rivero, los derechos fundamentales “rigen inmediatamente como derechos subjetivos incondicionales en las relaciones privadas, que no solamente informan de los derechos del ciudadano ante el poder público, sino en cualquier situación y frente, también, a otro sujeto privado” (Rojas Rivero, 1991).

Se puede concluir esta parte sosteniendo que los derechos fundamentales gozan de plena aplicación de relaciones jurídicas entre personas particulares, es decir que se admite el derecho a la intimidad dentro del ámbito de las relaciones laborales en donde el titular de este derecho sería el trabajador y el sujeto pasivo sería el empleador.

En segundo lugar debemos analizar cuál es la relevancia para el análisis de este derecho y porque debe ser objeto de especial preocupación si se conoce que es calificado como fundamental y que se sobrentiende que se debe otorgar la protección del mismo dentro de cualquier relación entre particulares.

El análisis apunta a resaltar un factor particular que separa las relaciones laborales de las demás relaciones de derecho privado, este es: la dependencia o subordinación del trabajador frente a su patrono o empleador, es decir, el uso de un poder por parte de un particular, que aceptado por el sistema jurídico recae sobre otro. Dicho esto, se entiende que los derechos fundamentales incluido el derecho a la intimidad, reconocidos plenamente en las relaciones laborales, crea el planteamiento de una situación jurídica compleja que atiende a la antes mencionada subordinación, manifestada en los poderes ejercidos por el empleador sobre el trabajador, mismos que han sido denominados como poder de dirección o potestad jurídica de mando y que espera se responda con el deber de obediencia del empleado.

En otras palabras, la sola inserción, en este caso, del derecho a la intimidad en las relaciones laborales significa la existencia de un evidente ambiente tenso ya que se presenta la construcción de un soporte jurídico en el que se concibe al ciudadano

como titular de derechos dentro de las relaciones interpersonales como las laborales sobre el modelo de lealtad y obediencia de su calidad de subordinado frente al control y poder de otro particular, esto justifica el especial análisis de este derecho fundamental dentro de esta relación jurídica en especial.

De los planteamientos anteriores, surge la necesidad de resolver el siguiente problema: ¿Cómo debe solucionarse la tensión entre el derecho a la intimidad dentro de las relaciones laborales y el poder de mando del patrono?

Inicialmente esta investigación se aproxima a dar una solución que luciría fácil: si la intimidad es un derecho fundamental entonces no puede ser afectado o limitado a menos que se presente otro derecho de igual jerarquía o rango, o por disposición expresa de la ley, teniendo en cuenta además que la Constitución en resumen establece que ningún derecho puede ser afectado en su esencia.

De esta forma, las facultades del patrono derivadas del contrato de trabajo o de la ley y fundamentadas en el derecho de propiedad que goza también de rango constitucional, deben necesariamente someter su práctica considerando el círculo personal del empleado, aquella zona a la que terceros no deberían tener aproximación y que ya la identificamos en líneas anteriores como privacidad o intimidad.

Se señala entonces que, estar inmerso en una relación laboral no significa que el trabajador renuncia a su derecho a la intimidad, es más, este derecho se fortalece ante el acceso de la vigilancia y poder de dirección del patrono.

Habiendo establecido la intimidad como derecho frente a las facultades del empleador dentro del ámbito de las relaciones laborales, en síntesis se puede exponer los siguientes puntos: 1.- Se reconoce la vigencia del derecho a la intimidad dentro del ámbito de las relaciones laborales, donde se desenvuelve el trabajador como titular del derecho y el empleador como sujeto pasivo. 2.- El derecho a la intimidad del trabajador puede llegar a colisionar frente a los también llamados derechos constitucionales del empleador, como son el derecho a la libertad económica, la libre contratación y el derecho de propiedad.

Luego de realizado este análisis, se define cuales las situaciones intermedias de las relaciones laborales que podrían detonar en un conflicto. Vigilancia de la persona, casilleros y bolsos: esta práctica es usada en nuestro país y despierta la duda acerca de su legalidad. En el ejercicio del balanceo de derechos resulta legal que se planteen medidas de revisión y control por parte del empleador, pero estas medidas deben estar en armonía con los otros derechos como la dignidad de las personas, la

privacidad, el respeto de la honra, entre otros.

Luego de realizado este análisis, se define cuales las situaciones intermedias de las relaciones laborales que podrían detonar en un conflicto. Vigilancia de la persona, casilleros y bolsos: esta práctica es usada en nuestro país y despierta la duda acerca de su legalidad. En el ejercicio del balanceo de derechos resulta legal que se planteen medidas de revisión y control por parte del empleador, pero estas medidas deben estar en armonía con los otros derechos como la dignidad de las personas, la privacidad, el respeto de la honra, entre otros.

Siguiendo la importancia de la privacidad de las personas, para que tales medidas de control sean adoptadas, deben estar incorporadas en la norma que la ley establece para que surta efecto, es decir, en el Reglamento Interno de la empresa. Ejemplo: revisión de carteras de asistentes domésticas, de cocina, guardias, etc.

Controles médicos: los controles médicos para determinar la situación de ciertos aspectos de la salud de los empleados podría generar un problema para la intimidad del mismo si lo que se está evaluando no tiene relación alguna con la convenida prestación de servicios.

Control del desempeño laboral: en este punto resaltan los derechos a favor del empleador, ya que trata de vigilar que la actuación del trabajador sea acorde a lo convenido, en este aspecto la intimidad no puede ser un obstáculo para que el patrono evalúe cuales con los resultados de la prestación de servicios que ha suscrito en algún contrato de trabajo, pero la parte ejecutora de controles debe cuidar no afectar más de lo razonable la intimidad del trabajador y no abusar de sus facultades.

Entonces, se replantea la duda: ¿cuál es el límite del legítimo ejercicio del derecho a la vigilancia y al control? Despejar esta duda tiene complejidad, ya que si muchos coinciden en que el límite está establecido por el respeto a la intimidad y dignidad del trabajador, dicho razonamiento es solo posible después de una gran falta de exactitud de opiniones a lo largo del tiempo.

Además de la invasión del espacio físico o espacial del trabajador también puede darse la invasión a la intimidad moral o afectiva del trabajador, esto incluiría la los test psicológicos y las indagaciones de datos del empleado y los controles extra laborales, para el caso concreto de esta investigación no se ahondara en estas características.

Para concluir esta parte en la que se ha tratado de equilibrar el poder de dirección con el balanceo y sopesamiento de los derechos fundamentales en el ámbito de las relaciones laborales, resalta el sacrificio que tienen en el ejercicio de sus derechos las partes de la relación contractual.

Al celebrarse un contrato de trabajo las partes se sujetan al mutuo compromiso de adecuar su comportamiento, durante la existencia de la relación laboral y en algunos casos después de que esta ha terminado, a los preceptos que dictan los principios de buena fe, los mismos que norman la conducta con honradez, lealtad y respeto a la confianza que por el nacimiento de esa relación depositan las partes entre sí.

Dentro de una relación laboral, el empleador o patrono es quien asume la facultad de instrumentar o determinar las características del servicio a prestar, por lo tanto es quien fija las indicaciones sobre la forma en la que debe realizarse ese trabajo. De la mano a lo antes dicho, se encuentra el poder de controlar y vigilar las actividades que el trabajador receptor de aquellas instrucciones desarrolla, así mismo, la potestad de poder sancionar las conductas que no se alineen a ellas.

En efecto, a pesar de que al empleador se le permite ejercer potestades y atribuciones que se encaminan a la organización de aquellos factores productivos, esto legitimado por lo que por el contrato de trabajo y el complemento del factor económico que se encuentra fundamentado en la constitución según el derecho de libertad de empresa, es el poder de vigilar y controlar lo que definitivamente confiere al empleador la virtud de comprobar si las instrucciones impartidas por él han sido cumplidas o no.

Pero, ejercer dicho poder de manera absoluta, significaría no solamente que colisione sino también que se niegue uno de los derechos fundamentales de suma relevancia para cualquier trabajador, el derecho a la intimidad. Entonces, este derecho funcionaría como límite al poder de vigilancia y control del empleador, de esta manera se genera una interrelación entre estos dos derechos y cualquier razonamiento que sugiera salvaguardar su coexistencia, debe partir basándose en la teoría de los derechos fundamentales.

En el mundo laboral de nuestros días, como resultado de las exigencias de la modernidad, se ha extendido el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en el ámbito de las relaciones laborales. Estas exigencias responden a la necesidad de mejorar la eficiencia e incrementar la productividad, masificando el uso de herramientas de carácter tecnológico, especialmente el internet, ya que se vuelven necesarias frente a la globalización de los mercados ofreciendo ventajas indudables al momento de acceder a cualquier tipo de información.

De esta manera, el uso de las herramientas tecnológicas en el ámbito de las relaciones laborales plantea una nueva perspectiva, por un lado el uso de dichas herramientas por medio del trabajador y por otro lado, el control y vigilancia que el empleador, como titular, puede ejercer sobre ellas. El ejemplo más significativo referente a lo mencionado en líneas anteriores, es la posibilidad de que el correo electrónico usado por los trabajadores, sea controlado por el empleador, y esto ha impulsado debates en los que se plantea la amplia posibilidad de que se generen conflictos entre el derecho de propiedad de las herramientas tecnológicas de la empresa, el derecho de dirección del empleador y el ejercicio de los trabajadores de sus derechos fundamentales.

La importancia de las situaciones problemática planteadas en esta investigación recae en el incremento de conflictos ocasionados por la masificación del uso de las herramientas tecnológicas de la información y la comunicación. Dichos conflictos parecen fáciles de resolver, pero sus soluciones se encuentran divididas por legislaciones y jurisprudencias ya que, como es el caso de nuestro país, no existe una norma que regule el uso de dichas herramientas dentro del ámbito de las relaciones laborales, y esto deja un gran acceso a la vulneración de derechos.

El uso de las tecnologías de la información y comunicación tienen relevancia para el Derecho Laboral ya que incrementan las prerrogativas de dirección de los empleadores, sobre todo el poder de control y vigilancia del ejercicio de las labores de los empleados. La capacidad de controlar la calidad, la cantidad y el costo de las actividades de los empleados es más amplia si se usan estas tecnologías, estos controles no están solo al alcance de las grandes empresas sino también a disposición de las pequeñas.

Generalmente destacan dos aspectos en los que los alcances tecnológicos alcanzan especial relevancia, la manera de trabajar y los medios de control de dicho trabajo por parte de la empresa. La prestación de servicios se encuentra mediatizada por instrumentos telemáticos de comunicación como son internet, fax, correo electrónico, el uso de computadores colectivos o individuales, personales o conectados a una red interna, así mismo el empleador cuenta con mecanismos tecnológicos para que su poder de dirección sea más cómodo y eficaz, entre estos videocámaras, monitores de operaciones efectuadas, rastros informáticos en los ordenadores, etc. Es así entonces que las herramientas tecnológicas se encuentran enlazadas a la relación laboral durante toda su existencia, desde los actos más simples hasta los más complejos, por ejemplo: la firma electrónica de un contrato, el uso de correo electrónico, el tratamiento informatizado de los datos personales de los trabajadores, el uso sindical de intranet, el registro del discos duros en ordenadores, el control empresarial de la

utilización de los medios mencionados.

El uso de todas las herramientas tecnológicas de la comunicación e información ha acarreado una serie de conflictos que se pueden agrupar en las siguientes categorías:

1. Diferencias sobre los límites del uso no laboral de las herramientas tecnológicas ejercido por los trabajadores.
2. Conflictos que se desencadenan del control empresarial de mencionado uso.
3. La posibilidad de usar las herramientas tecnológicas como parte del poder de vigilancia y dirección del empleador y las limitaciones en función de los derechos del trabajador.

Todas estas cuestiones deben ser resueltas por el ordenamiento laboral, ya que plantean una y otra vez el debate sobre la vida personal del ciudadano en el ámbito de las relaciones laborales.

En este punto, recapitulando algunas de las ideas expuestas a lo largo de este capítulo, volvemos a incluir la carencia de soluciones normativas expresas frente al uso de las herramientas tecnológicas de la comunicación e información en el ámbito de las relaciones laborales, sin embargo se les brindará una respuesta jurídica y es conveniente repasar cuales son los caminos desde los que se podría llegar.

Dada la falta de soluciones legales suficientes y expresas, es razonable asumir a la negociación colectiva como mejor instrumento para resolver estos conflictos derivados del uso de las herramientas tecnológicas de la comunicación e información. Las ventajas de este método regulador son múltiples: Ayuda a establecer claramente las normas sobre el control y el uso de las herramientas tecnológicas. Se asegura la adaptación de las disposiciones. Al ser de carácter general, se dotan las medidas de un importante respaldo. La innovación tecnológica no se encuentra al margen de las decisiones. Contribuye a disminuir los trámites judiciales ordinarios.

Sin embargo, son pocos los reglamentos internos y los contratos colectivos que describan ampliamente las normativas para el uso de las herramientas tecnológicas de las que habla esta investigación, por lo que el desconocimiento juega un rol importante al momento de incurrir en el uso indebido de las mismas.

Todos los conceptos, análisis y parámetros planteados y asumidos en este primer capítulo son de suma relevancia para esta investigación, ya que es importante conocer qué papel juega el derecho a la intimidad de los ciudadanos al desenvolverse dentro los diversos ámbitos de su vida social, entre esos y para el caso específico de esta tesis, el de las relaciones laborales, sin dejar a un lado los derechos constitucionales que tiene la empresa, y así tratar de encontrar aquellas soluciones eficientes y amistosas para las partes.

En este capítulo el investigador se enfoca en desarrollar más profundamente la segunda idea a defender mediante el planteamiento de pautas sobre lo que debe contener El Reglamento Interno de una empresa. Se comienza definiendo lo que se entiende por Reglamento Interno: “Un reglamento interno es un conjunto ordenado de normas que tiene validez en un cierto contexto. Para que exista un reglamento interno, debe haber una escala jerárquica y una autoridad con la potestad de hacer cumplir las normativas establecidas” (Definición, 2008).

Se llama reglamento interno porque esta norma tiene vigencia y rigor dentro de una entidad específica y para las personas que acojan a este. Por ejemplo, supongamos que el reglamento interno de una empresa establece el uso obligatorio de uniforme por parte de sus trabajadores durante el horario laboral, esto no quiere decir que ellos deban usarlo fuera del trabajo o en sus días libres.

Al momento de buscar que una empresa funcione de forma adecuada, en la que haya un ambiente cómodo y favorable para todos, se hace necesario el establecimiento de un reglamento interno. En él, entre otros puntos importantes, debe incorporarse claramente: 1.- La hora de ingreso, salida, descansos, comidas así como el lugar de trabajo de los trabajadores. 2.- La cantidad, forma y lugar de la remuneración de los empleados. 3.- Los actos que constituyen sanciones disciplinarias.

El reglamento interno de una empresa debe estar a disposición de los trabajadores, los mismos que deben tener pleno conocimiento del documento, ya que su desconocimiento no los exime de las sanciones disciplinarias aplicables para las faltas cometidas.

El investigador considera importante agregar un abstracto de un reglamento interno publicado por el Ministerio de Trabajo Ecuatoriano en donde se definen las prohibiciones de los trabajadores.

Es importante que el reglamento interno implementado por una empresa sea específico y detallado, así se puede limitar el margen de desconocimiento de los empleados y generar un adecuado ambiente laboral. El razonamiento de lo anterior nos lleva a proponer el análisis y asumir la posibilidad de una adecuada relación entre la existencia del poder de control y vigilancia del empleador y la intimidad del ciudadano. La colisión de estos dos derechos constitucionales ha sido punto de enfoque y estudio a lo largo de la presente investigación y en este punto se concluye que si se implementa un reglamento interno apegado a la ley y que no deje espacio a la duda e interpretación personal de los trabajadores, se puede alcanzar la meta y lograr la armonía entre esos dos importantes derechos.

Como propuesta también se busca determinar si es permitido el acceso del empleador a las cuentas de correo electrónico, páginas de internet, llamadas telefónicas y cualquier otro uso de las herramientas de tecnología de la comunicación y la información, y se resume aplicando lo expreso de la ley que protege el secreto de la correspondencia, en este sentido, y según la jurisprudencia y doctrina estudiada, basta con que el empleador se dé cuenta del uso personal o particular de las herramientas al saber a quién se remiten los mensajes para sancionar, pero no se justificara el acceso del empleador a las conversaciones o correspondencia del empleado a menos que se acoja a las circunstancias y condiciones que la ley dispone para intervenir aspectos concretos como bolsos, correspondencia y demás, entre esos, la voluntad del empleado o por una orden judicial.

Similar análisis se presenta al proponer pautas de defensa del trabajador frente al padecimiento de conductas invasivas por parte del empleador, los derechos fundamentales no pueden verse vulnerados frente a la justicia laboral y mucho menos frente a un reglamento interno. En este sentido entonces, la propuesta se basa en la búsqueda de conocimientos que dejen claro las facultades del patrono frente a la vida privada del trabajador y a su vez no quebrantar los preceptos dictados por la buena fe contractual. Es decir, las dos partes de la relación laboral deben aportar para que durante la existencia de esta, la coexistencia de los derechos constitucionales brinde armonía para ambos.

CONCLUSIONES

No se justifica el acceso del empleador al contenido de los correos electrónicos, mensajes, llamadas, etc., pero en contraste de esto se justifica la implementación de sanciones al comprobar que el destinatario de los mensajes no tiene relación alguna con la actividad laboral del empleado infractor.

El empleado no puede enviar correos electrónicos ni usar las herramientas tecnológicas de comunicación e información con carácter personal si la prohibición del empleador es expresa ya que esto constituiría una falta, aun amparado en el secreto de la correspondencia, ya que significaría un quebranto a la buena fe contractual y se expondría a las sanciones establecidas.

A pesar de que la alteración a la buena fe contractual en principio desencadena en sanciones e incluso en el despido las sentencias pueden determinar soluciones matizadas además de sanciones indemnizatorias para el empleador, basado en esto es importante que el reglamento interno sea preciso y detallado y el empresario debe tener constancia del conocimiento y la aceptación de los trabajadores ya que la falta de estos aspectos pueden actuar en contra suyo,

La intimidad del empleado si constituye un límite al poder de control y vigilancia del patrono.

BIBLIOGRAFIA

- Asamblea Nacional del Ecuador. (2015). Código de Trabajo del Ecuador. Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Corporacion de Estudios y Publicaciones.
- Carbonell, M. (2005). *Los Derechos Fundamentales en Mexico*. Mexico.
- Castillo Sánchez, M. (2004). *Guia para la Formulación de Proyectos de Investigación*. Bogotá.
- De Freitas De Jesús , J. (Octubre de 2009). *Universidad Catolica Andres Bello*. Obtenido de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR8290.pdf>
- Definicion.de. (2008). *Definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/reglamento-interno/>
- Esparza Ramirez , B. (2013). *Derechos Fundamentales*. Mexico.
- Ferrajoli, L. (2001). *Los fundamentos de los derechos fundamentales*. Madrid: Trotta.
- Guerrero Verano, M. (s.f.). *La Proteccion de los Derechos Humanos en el Estado de Derecho Internacional*. Obtenido de unam: biblio.juridicas.unam.mx
- Martínez, B. E. (2013). *Derechos Fundamentales*. Mexico: INACIPE.
- Rojas Rivero, G. P. (1991). *La Libertad de Expresión del Trabajador*. Madrid: Trotta.
- San Martin Mazzucconi, C., & Sempere Navarro, A. (s.f.). *Nuevas Tecnologías y Relaciones Laborales*. Madrid, España. STSJ, 1. d. (2002). Madrid.
- STSJ, 1. d. (2003). Cantabria.
- STSJ, 1. d. (2003). Andalucía/Granada.
- STSJ, 1. d. (2004). Cantabria.
- STSJ, 1. e. (2003). Cataluña.
- STSJ, 2. d. (2002). Madrid.
- STSJ, 2. d. (2002). Madrid.
- STSJ, 4. d. (2004). Castilla y Ley/Valladolid.
- STSJ, 5. d. (2003). Cataluña.
- Trabajo, M. d. (s.f.). *Ministerio de trabajo*. Obtenido de www.trabajo.gob.ec/wp.../Reglamento-Interno-MRL-corregido-21.doc
- Ugarte C., J. (2000). *El Derecho a la Intimidación y la Relación Laboral*. Obtenido de DOCPLAYER: <http://docplayer.es/156893-El-derecho-a-la-intimidacion-y-la-relacion-laboral.html>

010. EL E-GOBIERNO.

Autores:

Abg. María Vitoria Miranda Carbo

Abg. Carlos Feraud Elizalde, M Sc.

cferaud@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica Ecotec Ecuador

RESUMEN

La presente investigación con el tema E-Gobierno, tiene como objetivo general Analizar el entorno digital en el que se desarrolla el Gobierno Electrónico para el cumplimiento a la Ley de Acceso a la Información Pública. La tecnología hoy en día es una herramienta funcional y necesaria para el logro de propósitos de los gobiernos en todo el mundo, apoyado por instituciones preocupadas por las sociedades como la Organización de los Estados Americanos (OEA), ya que permite un mayor acceso a la información y, a su vez una mayor transparencia y mejores relaciones con los ciudadanos. En el proceso de investigación se analiza el problema del E-gobierno en el Ecuador. Se realizaron las debidas descripciones en lugares estratégicos de mayor recurrencia ciudadana a realizar trámites públicos. La población seleccionada en este trabajo de investigación está conformada por 217 personas entre jóvenes, adultos, adultos medio y adultos mayores tomando en consideración los criterios de inclusión y exclusión. La metodología utilizada es de carácter cualitativo y cuantitativo, se evaluó la satisfacción del cliente por medio de una encuesta como técnicas y herramientas utilizadas. Se procedió a realizar las tabulaciones cuantitativas correspondientes, se analizó e interpreto los resultados. A demás en base a toda esta valiosa información se investigan se selecciona información que permita realizar un Plan de acciones a corto plazo para resolver los factores negativos del E- Gobierno. Propuesta que optimizara el servicio de las empresas públicas que brindan información a los ciudadanos con presencia en la ciudad de Guayaquil.

Palabras claves: E-Gobierno, Estado ecuatoriano, Acceso, Información Pública, Plan de Acción, Derecho Público, Derecho Constitucional, Derecho Administrativo.

INTRODUCCIÓN

El E-Gobierno también conocido como gobierno digital se basa en las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), herramienta que ayuda al gobierno en administrar, compartir información pública y enlace con los ciudadanos. Es apoyado por organismos como la OEA (Organización de los Estados Americanos) por que permite acceso a la información y una mayor transparencia en las relaciones con los electores.

La tecnología hoy en día ha llegado a un avance espectacular siendo una potencia muy importante en cada país, que ayuda a brindar información necesaria a las personas de manera eficiente, ofreciendo instrucciones de uso y utilización de manera sencilla; por esto el E-Gobierno facilita por medio de sus portales web muchas alternativas para dar su información veraz y efectiva, siendo una propuesta que mejorara la solución de las personas en obtener una información de manera rápida por medio del uso del internet. Siendo funcional, se ha visto de manera agradable esta situación, porque ya no es necesario para el ciudadano acercarse a ventanillas a averiguar algún dato, sino, obteniéndolo de cualquier herramienta electrónica, que permite agilizar trámites o alguna otra actividad.

El presente proyecto de investigación tiene como principal propósito analizar el entorno digital en el que se desarrolla el Gobierno Electrónico ecuatoriano para el cumplimiento a la ley de Acceso a la información pública. Con esta finalidad se expone de manera clara la introducción, el contexto histórico social del objeto de estudio, los antecedentes, el planteamiento del problema, la delimitación los objetivos tanto general como específicos, las preguntas científicas, las variables y justificación.

En el pasado han habido varias investigaciones sobre el E-Gobierno, las mismas se han enfocado en cómo desarrollar las plataformas que funcionarían como bases sostenibles del entorno digital en el que funcionaría el mismo. A nivel mundial a diario se experimentan cambios tecnológicos acelerados que se evidencian con programas de configuración para la creación de sitios sociales y de administración pública que están en aumento.

En Ecuador la preparación hacia la Sociedad de la Información y Conocimiento es fomentado por diferentes instituciones del sector público y privado, los cuales buscan en los ciudadanos crear una conciencia pública referente a las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC), que aun en estos tiempos en el país necesita ser impulsado en lo social, económico, cultural, educativo y ambiental.

En el proceso de investigación se consultó en bibliotecas y repositorios digitales encontrando temas similares de E-Gobierno en otras universidades y países, pero ninguno con el enfoque que caracteriza esta investigación.

Es así como en la web se encontró la tesis para la obtención del título de Maestría en Derecho Informático en el 2010 con el tema “Gobierno Electrónico: La incorporación de las Tecnologías de la Información y Comunicación en la Ilustre Municipalidad de Cuenca” en la cual se hace un análisis del concepto de Gobierno Electrónico y como este puede ser incorporado a la Ilustre Municipalidad de Cuenca, se menciona la incorporación de un plan estratégico hasta el año 2020 para el mejoramiento de los sistemas informáticos. (León Carvajal, 2010).

La tesis para obtener el título de Ingeniería en Auditoría y control de Gestión con la especialidad calidad en procesos de la autora Magdalena Lucrecia Mantilla López. Tema: "Evaluación y control del gobierno corporativo en la Administración de una entidad municipal, mediante el criterio de la auditoría Administrativa", la que tiene como objetivo general. Analizar la administración de las actividades y servicios que brindan las entidades municipales así como su desempeño en base a las nuevas normas del gobierno corporativo. (Mantilla López, 2011).

Estas investigaciones hacen referencia a la factibilidad de aplicación, los beneficios de acción y los resultados a largo y corto plazo que se pueden obtener de este modus operandi de gobierno. Destinado a un periodo de 4 años, el gobierno del Ecuador presenta un "Plan Nacional de Gobierno Electrónico", en el cual se puede encontrar todos aquellos procesos y recursos que están destinados a la implementación del E-Gobierno, en este plan podemos encontrar las definiciones, los principios, leyes y actores de este entorno, mediante esta manera oficial se puede aprender que se contempla para el E-Gobierno y lo que lamentablemente no se tiene dentro de la visión para el mismo.

MARCO TEÓRICO

Son muchos los autores que han desarrollado temas sobre el E-Gobierno, buscando dar a conocer sobre el papel de las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación) en la transparencia, responsabilidad, consulta y participación pública. Ecuador pertenece al OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo).

En las asambleas con los países de la OCDE en los años 2003 y 2004, se notó visiblemente que el establecimiento de las TIC, en específico el uso y manejo del Internet como un medio de entrega para servicios; por lo que debería ser un factor de cambio, para el gobierno y el de cómo hacerlo. Pública I. I., (2009, pág. 20)

A demás según la ONU (Organización de las Naciones Unidas), el E-Gobierno trata del uso de las TIC en las instituciones del Gobierno, que están al servicio de los ciudadanos. Según Pública I. I., (2009, pág. 20).

Una de las ventajas de integración de un sistema de gobierno electrónico como parte del desarrollo de una reforma de gestión pública es que, puede interponerse en la organización presupuestaria y la gestión financiera, en la plaza pública y el nexo laboral, la formación y métodos de suministro, la auditoría y la valoración. Esta ventaja más que nada es una manera de operar las TICs en el medio público como conductos de comunicación con las personas, complementando los canales tradicionales; además se puede facilitar la información indispensable para el asentamiento de amistades de mercado con distribuidores.

En el transcurso de una gestión pública ocurrirá un ingreso de estos métodos, obteniendo de respuesta un proceso de innovación en las políticas públicas, de manera principal e importante el método más utilizado que es la comunicación, concibiendo un proceso donde coexiste la aportación, contribución y consentimiento por parte de varios actores de la sociedad.

Siendo un servicio que se puede facilitar en un período real, las veinte y cuatro horas del día y no limitarlas a un indicador, como acontece en cuestiones, de que hay que acercarse a agencias públicas, de forma que, mejora los recursos humanos, técnicos y financieros; además que se considera una dirección que no se estanca que está siempre disponible y adecuada. La dirección que implemente o efectúe este método tendrá un modelo con un grado más de colaboración e interacción con las personas, ya que hay un medio más eficiente y eficaz, como lo es el manejo de la información.

Mencionando que estas ventajas y otras, pueden facilitarse en cada administración, serán perceptibles siempre y cada vez que las TICs sean perfeccionadas, avalando los derechos que tienen los beneficiarios; por lo que es útil y beneficiosa medidas o reglamentos que consientan consolidar los principios constitucionales.

El gobierno electrónico es/ tiene una oportunidad de mejorar las relaciones entre Estado- Ciudadanos, facilitando al acceso de información pública útil y mostrando las gestiones transparentemente y de manera libre en el uso del sistema; permite la permanente investigación de la comunidad, teniendo como consecuencia la obligación de rendir cuentas y para reducir las prácticas de corrupción administrativa. Contribuyendo a alcanzar la confianza, fortaleciéndola en la ciudadanía por medio del Estado o forjarla en caso de que no haya existido. Se pueden agregar procedimientos para la realización de consultas, también colaboración y acceso a información, teniendo como resultado dependientes más activos en los procesos de diseño, con implementación y evaluación de políticas públicas. En síntesis las TICs empleadas en el gobierno electrónico consiguen favorecer a fortificar la justicia del Gobierno y del Estado, como el optimar la calidad de las decisiones, y a familiarizar a la comunidad con los cuestiones de políticas públicas.

El Gobierno Electrónico en el país, debe apuntar hacia la innovación del Estado y al progreso del gobierno electrónico, en vista de que se origina el avance del escenario tecnológico nacional, también debe haber personas capacitadas o que se logre la formación de los funcionarios en el uso de las TIC's, asimismo, el de los ciudadanos, para promover el desarrollo de plataformas para servicios, y productos brindando información e interacción entre el Estado, los organismos, las organizaciones y los ciudadanos.

Según la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información (LOTAIP) que entró en vigencia el 18 de mayo de 2004. Se creó con el objetivo de garantizar el derecho a acceder a las fuentes de información, como mecanismo para ejercer la participación democrática respecto del manejo de la cosa pública y la rendición de cuentas a la que están sujetos todos los funcionarios y entidades del Estado. Tiene como propósito hacer efectivo el principio de publicidad de los actos, contratos y gestiones de las instituciones del Estado y de aquellas financiadas con recursos públicos o que por su naturaleza sean de interés público. "Establece que no existirá reserva respecto de informaciones que reposen en archivos públicos, excepto de aquellas que por seguridad nacional no deben ser dadas a conocer". Transparencia, (2012).

Alcance de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP): El artículo 1, ratifica el principio de publicidad de la información pública señalando que el acceso a la información pública es un derecho de las personas que garantiza el Estado. (Transparencia, 2012) El artículo 3, determina el ámbito de aplicación de la Ley. El artículo 5, señala qué se considera información pública. Los artículos 6, 17 y 18, tratan sobre la información reservada y confidencial.

(Transparencia, 2012) El artículo 7, detalla la información mínima obligatoria que debe ser presentado en los sitios web. Del artículo 19 al 21, se trata el proceso administrativo para acceder a la información pública.

Para Gobiernoelectronico, (2014). En un sentido más amplio busca:

El uso y despliegue de las TIC siguiendo determinadas pautas, normas, experiencias y buenas prácticas. Proveer la oportunidad de plantear una nueva forma de hacer gobierno. Orquestar y gestionar de forma coherente personas, tecnologías, normas, servicios, sistemas y procesos propios del campo de dominio del Gobierno Electrónico, como de otros campos que sean necesarios considerar. Gobiernoelectronico, (2014).

Estas ideas sitúan a las TICs como un elemento de apoyo para el avance de un buen gobierno, ya que con una adecuada utilización se trata de conseguir mayores niveles de eficiencia y eficacia en la labor gubernativa, optimizando los métodos e instrucciones del régimen, mejorando la disposición de los servicios públicos, agregando más información en los procesos determinados y posibilitar un mayor acoplamiento en las distintas demandas del gobierno. Esto implica introducir tecnología en los procedimientos convencionales del gobierno y replantear e innovar la gestión pública poniendo al ciudadano en el centro de su accionar. (Gobiernoelectronico, 2014)

El Gobierno Electrónico no es un fin en sí mismo, tiene un carácter instrumental que requiere la revisión, rediseño y optimización de los procesos como paso previo a la introducción de cualquier cambio en la tecnología o en las funciones de producción de las organizaciones públicas. (Gobiernoelectronico, 2014)

De esta manera, el Gobierno Electrónico, adquiere una doble dimensión: de agente catalizador de los cambios en los procesos y de herramienta tecnológica como instrumento para mejorar el desempeño de los actos del Estado. Concomitantemente, esto conlleva a la creación de un entorno que empodere a los ciudadanos para participar en las actividades del gobierno a fin de amplificar su voz para que sea escuchada en los procesos de toma de decisiones. (Gobiernoelectronico, 2014)

La época actual hace uso intenso de la información y la consecuente generación de conocimiento; los conceptos de sociedad informada hoy son cada vez más significativos y la posibilidad de plasmarlos en la realidad se hace más cercana como consecuencia del uso de las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC).

La información siempre ha sido de gran valor, razón por la cual en determinadas épocas el acceso a ella le ha estado limitado a las mayorías, impidiendo así que fuera de dominio público; en la época industrial, esta práctica se fragmentó debido a la necesidad de administrar, registrar y almacenar la información para llevar un buen control de las transacciones y acciones realizadas.

1.7. Acceso a la información pública

“La transparencia en la gestión pública no solo puede contener abusos de poder y corrupción, sino que puede ser un poderoso instrumento de cambio de la gestión pública en tanto tiene la capacidad de producir más democracia y más eficiencia en las políticas y servicios públicos” (Barberis, 2011)

El acceso a la información pública facilita la construcción de un Estado honesto, eficaz y eficiente. Cuando los servidores públicos están conscientes que sus decisiones y comunicaciones pueden ser revisadas y analizadas por actores externos, sería de esperarse que su actuar público se fundamentara y documentara de mejor manera. De esta manera el acceso a la información se reflejaría en una mayor rendición de cuentas, robustecería el Estado de Derecho y desembocaría en un mejor desempeño gubernamental.

La Constitución Política de la república del Ecuador vigente, sección IV “ de los derechos económicos, sociales y culturales”, del Título III “de los derechos, garantías y deberes”, artículo 81, señala: “ El Estado garantizara el derecho a acceder a fuentes de información; a buscar, recibir, conocer y difundir información objetiva, veraz, plural, oportuna y sin censura previa, de los acontecimientos de interés general, que preserve los valores de la comunidad, especialmente por parte de periodistas y comunicadores sociales”. El tercer inciso del precipitado artículo dispone: “...No existirá reserva respecto de informaciones que reposen en los archivos públicos, excepto de los documentos para los que tal reserva sea exigida por razones de defensa nacional y por otras causas expresamente establecidas en la ley”. (Transparencia, 2012)

La información pública es considerada como aquella documentación sobre cualquier formato, que se halle en poder de las instituciones públicas y de las personas jurídicas a las que describe esta Ley, contenidos, establecidos o conseguidos por ellas, que se hallen bajo su compromiso o se hayan originado con recursos del Gobierno. De esta manera se lo puede detallar en el siguiente artículo de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a La Información Pública, (2014).

Art. 4.- Principios de Aplicación de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a La Información Pública En el desarrollo del derecho de acceso a la información pública se observarán los siguientes principios: a) La información pública pertenece a los ciudadanos y ciudadanas. El Estado y las instituciones privadas depositarias de archivos públicos, son sus administradores y están obligados a garantizar el acceso a la información; b) El acceso a la información pública, será por regla general gratuito a excepción de los costos de reproducción y estará regulado por las normas de esta Ley; c) El ejercicio de la función pública, está sometido al principio de apertura y publicidad de sus actuaciones. Este principio se extiende a aquellas entidades de derecho privado que ejerzan la potestad estatal y manejen recursos públicos; d) Las autoridades y jueces competentes deberán aplicar las normas de esta Ley Orgánica de la manera que más favorezca al efectivo ejercicio de los derechos aquí garantizados; y, e) Garantizar el manejo transparente de la información pública, de manera que se posibilite la participación ciudadana en la toma de decisiones de interés general y la rendición de cuentas de las diferentes autoridades que ejerzan el poder público.

De acuerdo al artículo antes mencionado toda información pública pertenece a los ciudadanos por lo tanto tienen obligación de brindar y asegurarse de que esta información esté al alcance de los habitantes. Tiene que ser gratuita, y regulada por las diferentes normas de Ley pero se excluye de esta gratuidad a los costos de producción. La comunicación que se publique tiene que ser transparente.

La introducción del derecho de acceso a la información pública en el sistema jurídico y particularmente en los contenidos constitucionales, aporta en que los ciudadanos consigan valorar mejor modo el desempeño de los gobernantes que amplía la garantía y fundamento del derecho a de la información, fortaleciendo la democracia y concediendo un instrumento concreto para la claridad del sistema. Es por ello una mayor trasmisión y ampliación de tal derecho en el seno de la sociedad y es oportuno exhibir un panorama del derecho de acceso a la información pública siendo un derecho comprobado, en el régimen interamericano de derechos humanos y en los regímenes jurídicos de algunos Estados por parte del mismo.

Según los siguientes artículos, la información referida en el apartado del artículo 7, de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información, es generalizada de modo necesario a través de portales públicos y útiles que se encuentren en internet, estableciendo así requisitos básicos para el uso del acceso a la información pública y generando puntos de vista que algunas instituciones o sectores comerciales deben llevar para informar a los usuarios.

Art. 7.- Garantía del Acceso a la Información.- La Defensoría del Pueblo será la institución encargada de garantizar, promocionar y vigilar el correcto ejercicio del derecho al libre acceso a la información pública por parte de la ciudadanía y el cumplimiento de las instituciones públicas y privadas obligadas por la ley a proporcionar la información pública; y, de recibir los informes anuales que deben presentar las instituciones sometidas a este reglamento, con el contenido especificado en la ley. El Defensor del Pueblo está obligado a solicitar a las instituciones que no hubieran difundido claramente la información a través de los portales web, que realicen los correctivos necesarios. Para tal efecto exigirá que se dé cumplimiento a esta obligación dentro del término de ocho días. El Defensor del Pueblo podrá delegar ésta y las demás facultades asignadas a él por la ley, a sus representantes en las diversas provincias, en aplicación del principio de descentralización y de conformidad con la Ley Orgánica de la Defensoría del Pueblo.

Art. 8.- De la Capacitación. - Los programas de difusión y capacitación dirigidos a promocionar el derecho de acceso a la información, deberán realizarse por lo menos una vez al año en cada una de las instituciones señaladas por la ley. De la misma manera deberán realizar anualmente actividades dirigidas a capacitar a la población en general sobre su derecho de acceso a la información. La realización de estas actividades será vigilada por la Defensoría del Pueblo, organismo al cual deberá remitirse un informe detallado de la actividad. (Ley Organica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, 2004)

Según el Art. 7 de Garantía del acceso a la información, expresa que como institución principal es la Defensoría del Pueblo la que está encargada de garantizar el correcto ejercicio del derecho al libre acceso de la información pública para la ciudadanía; pues instituciones, organizaciones y otros organismos tienen que difundir también información adecuada sobre ellos a través de portales web para un mejor avance en la sociedad, informando apropiadamente a los ciudadanos. Por lo que en el Art. 8 dispone que en la difusión de los portales web haya una capacitación para la ciudadanía en el acceso a la información, para que se dé de manera más eficaz y rápida siendo este un requisito óptimo en la utilización de los mismos.

las desigualdades de la población a la que sirve, porque es la posibilidad real de que el conjunto de ciudadanos reciba los mismos servicios. (Organización de los Estados Americanos, 2014) Como Oficina que coordina la gestión de la calidad de los servicios, es nuestra responsabilidad aportar ideas que puedan dar soluciones y ofrecer caminos alternativos para la resolución de los problemas frecuentes. De algo debemos estar seguros y es que el concepto de servicio público no debe seguir devaluándose y presentando ineficiencias que se utilicen para perjudicar al Estado. Organización de los Estados Americanos, (2014).

Esta tarea es una responsabilidad de todos los integrantes de la Administración Pública, porque implica el compromiso con la comunidad y el asociar la mejora de las condiciones de trabajo, al perfeccionamiento y supervisión social del servicio.

La elaboración de una propuesta funcional y eficaz contribuirá en la solución al problema, por lo que se elaborará un plan de acción a corto plazo para resolver los factores negativos del E- Gobierno. Siendo este el medio oportuno en busca de la viabilidad de la propuesta, por lo que se plantean alternativas en el plan de acción.

Es fundamental la realización de un plan de acción por escrito para conseguir alcanzar posteriores metas. Establecer un plan de acción sirve como orientación e indica el camino hacia los objetivos que se planteen en ellas, conservando la dirección más adecuada, el plan también ayuda a erradicar posibles distracciones e interrupciones.

El plan de acción nos indica el punto de referencia al que nos dirigimos, y el punto del cual partimos, nos recuerda cuál es nuestro objetivo y para qué hacemos las cosas. Es fundamental tener nuestro plan interiorizado y siempre presente en la mente para contar con la motivación necesaria. Aritz Urresti, (2013).

Es relevante determinar fechas límites en el plan de acción. En el momento que se marca un plazo, este hará que se actúe según lo planteado evitando las secuelas negativas que se puedan dar durante la ejecución que afecten el proyecto.

Fases de un plan de acción:

- a) Fase previa: Es importante porque un plan de acción tutorial no puede implantarse sin ser comprendido, discutido y aceptado en líneas generales no solo por el claustro sino por todos los estamentos de la comunidad escolar. (Jaizkibel, 2011)

Esta fase de sensibilización es imprescindible si no se quiere que las actividades de orientación sean, como por desgracia sucede muchas veces, algo añadido e incluso disfuncional en la marcha del centro.

- b) Fase de planificación : en ella se establecen los grandes objetivos a alcanzar en el área de la orientación dentro del proyecto educativo del centro, fijándose igualmente los recursos personales, materiales y organizativos necesarios para conseguirlos. (Jaizkibel, 2011)

- c) Fase de programación: Es el momento en el que el Departamento de Orientación concreta lo previsto en la planificación, estableciendo la distribución de funciones para cada uno de los objetivos previstos y adjudicándoselas a personas determinadas. Se trata también de seleccionar las tareas y actividades a realizar y el tiempo de llevarlas a cabo así como de establecer los canales de coordinación entre las personas que vayan a cumplir las acciones previstas. (Jaizkibel, 2011)
- d) Fase de realización: Comprende la realización práctica de las tareas concretas dentro de la actividad tutorial utilizando los instrumentos y recursos establecidos de antemano. (Jaizkibel, 2011)
- e) Fase de evaluación: se realiza en momentos elegidos para valorar si se han cumplido los objetivos previstos y en función de ello corregir los desajustes entre lo planificado inicialmente y la realización concreta.

El E- Gobierno está constituido por principios breves, estos principios son objetivos que precautelan el derecho de los ecuatorianos relacionándose electrónicamente con el estado, compañías, organizaciones y más que todo con otras personas. Incluyendo el compromiso que adquiere el Gobierno en proporcionar los instrumentos necesarios para cumplir este derecho. Por tanto el E-Gobierno debe regirse a normas que tiene que acatar, para su buen uso e interacción.

La disposición orgánica del estado, así como sus fundamentos veraces, conducen a la formulación de eventos y planes que promuevan el progreso del país; también sirven para encaminar los esfuerzos de los organismos formando destrezas dentro de su campo de acción y capacidad, que a su vez accede a ordenar de forma eficiente y eficaz los esfuerzos para cubrir las necesidades de la ciudadanía.

Según el Decreto Ejecutivo N° 3 de 30 de mayo de 2013, establece que: "la Secretaría Nacional de la Administración Pública es una entidad de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, dotada de autonomía presupuestaria, financiera, económica y administrativa; es además, conforme a los artículos 13, 14 y 15 del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva, una entidad orientada a facilitar la adopción de las decisiones del Presidente de la República y tiene la facultad de coordinar, por instrucciones directas del Jefe de Estado, las actividades de la Función Ejecutiva; así como también tiene la competencia para establecer las políticas, metodologías de gestión e innovación institucional y herramientas necesarias para el mejoramiento de la eficiencia, eficacia y calidad de la administración pública central, institucional y dependiente de la Función Ejecutiva, con quienes coordinará las acciones que sean necesarias para la correcta ejecución de dichos fines".

Conclusiones

Insuficiente presencia de tecnología en la sociedad ecuatoriana, en relación a la gestión a través de la implementación del gobierno electrónico. Además de escasos procesos exitosos que viabilicen el logro de los objetivos organizacionales mediante la aplicación de los TICS con la estrategia del organismo público, valorizando deficientemente los requerimientos de las partes interesadas, existiendo poca garantía de la inspección de los procedimientos de forma eficaz, transparente y el cumplimiento de los requerimientos regulatorios y legales.

Los sistemas de la tecnología de información (TICS) del gobierno poseen una organización defectuosa, lo cual se vuelve muy evidente con la baja cobertura de procesos encargados de la organización estratégica de TICS con los objetivos planteados por la institución gubernamental. Esta realidad involucra una elección de programas inadecuados y no organizados a las modalidades y prioridades gubernamentales, lo cual podría generar respuestas de calidad escasa en los proyectos tecnológicos.

El adelanto y edificación de aplicaciones de software no poseen control alguno de las transiciones operatorias, pues es verdad que el gobierno ecuatoriano efectúa los procedimientos para la construcción o elaboración de respuestas de prontas soluciones, también es cierto que tienen una baja gestión de los procesos requeridos para la ejecución y la transición exitosa de la solución a la operación. Originando de esta forma dificultades en las operaciones, usuarios poco o nada preparados para la utilización y adaptación del innovador software, utilización de tecnología inadecuada e inclusive actividad incorrecta de las funciones del software.

Bibliografía

A.Castro. (2013). Si la muestra es el 50 % es el eje fundamental de una investigación.

A.Roberto, R.Hernández; H.Carlos, M.Fernández; K.Baptista. (2010). Metodología de la Investigación. Mexico: Mc Graw Hill.

Alejandro Acevedo Ibáñez, Alba Florencia A. López Martín. (2011). El proceso de la entrevista: conceptos y modelos. Limusa.

B. Andino, I.Yépez. (2010). Módulo de Tutoría 1.

Barberis, L. C. (2011). Transparencia en la gestión de gobierno local. Provincia Santa Fe. Argentina.

Brainsins. (2010). Recuperado el 18 de Diciembre de 2015, de brainsins: <http://www.brainsins.com/es/blog/factores-peronales-y-comportamiento-delconsumidor/105903>

C.Bernal. (2010). Metodología de la Investigación. Colombia: Pearson.

ConceptoDefinición. (13 de Octubre de 2014). Definición de Método Cuantitativo. Recuperado el 31 de Marzo de 2016, de Definición de Método Cuantitativo: <http://conceptoDefinicion.de/metodo-cuantitativo/>

Doppler. (26 de Junio de 2014). Branding: ¿Qué es la Lealtad de Marca? Recuperado el 30 de Marzo de 2016, de Branding: ¿Qué es la Lealtad de Marca?: <http://blog.fromdoppler.com/branding-que-es-la-lealtad-de-marca/>

Economía y Finanzas Internacionales. (12 de Junio de 2014). Industrialización sustitutiva de importaciones (Modelo ISI). Obtenido de Industrialización sustitutiva de importaciones (Modelo ISI): <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economiainternacional/14-competitividad/199-industrializacion-sustitutiva-de-importacionesmodelo-isi>

El Comercio. (13 de Febrero de 2011). Las salvaguardias. Obtenido de Las salvaguardias:

<http://www.elcomercio.com/opinion/salvaguardias-ecuador-opinion-arancelesborja.html>

El comercio. (6 de Noviembre de 2013). Contrabando de combustibles. Recuperado el 8 de Abril de 2016, de Contrabando de combustibles: <http://www.elcomercio.com/opinion/contrabando-combustibles.html>

El Comercio. (15 de Enero de 2015). Recuperado el 24 de Febrero de 2016, de elcomercio.com:

<http://www.elcomercio.com/actualidad/aranceles-partidas-maquinaria-sector-textil.html>

El Comercio. (23 de Marzo de 2015). El 47% de las partidas con salvaguardia pagan el 45% de sobretasa. Obtenido de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/datos/partidas-salvaguardia-importacionaranceles-ecuador.html>

El Telegrafo. (3 de Septiembre de 2014). En Ecuador se gastan \$ 12 millones al mes en bebidas alcohólicas. Recuperado el 14 de Mayo de 2016, de El Telegrafo: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/en-ecuador-se-gastan-12-millones-al-mes-en-bebidas-alcoholicas-infografia.html>

El Ergonomista. (2016). El valor de la marca. Recuperado el 1 de Abril de 2016, de El Ergonomista: <http://www.elergonomista.com/marketing/valor.html>

Erazo Espinoza, J. F. (2011). Editorial boletín 'Ciudad Segura' N° 42. Las pequeñas cantidades. Obtenido de Selectedworks: Recuperado de https://works.bepress.com/jaime_erazoespinoza/17/

Gestiopolis. (14 de Junio de 2010). Plan de acción para la ejecución de metas y tareas. Recuperado el 3 de Mayo de 2016, de Gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/plan-accion-ejecucion-metas-tareas/>

Gobierno electrónico. (12 de Mayo de 2014). Plan Nacional de Gobierno Electrónico. Recuperado el 3 de Mayo de 2016, de Gobierno Electrónico: <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/planv1/index.html>

Gobierno electrónico. (11 de Junio de 2015). Gobierno Electrónico. Recuperado el 3 de Abril de 2016, de Gobierno Electrónico: <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/>

Héctor Revelo H., K. P. (2005). ffff. quito: tres palitos.

Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a La Información Pública. (12 de Junio de 2014). El Congreso Nacional. Recuperado el 3 de Mayo de 2016, de El Congreso Nacional: <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec052es.pdf>

Llanes, H. (29 de Marzo de 2014). El Subsidio de los Combustibles y el ITT. Obtenido de Centro de Medios Independientes: Recuperado de <http://ecuador.indymedia.org/es/2014/03/41449.shtml>

Llanes, H. (s.f.). Ecuador: El subsidio de los combustibles y la explotación del ITT. Obtenido de Recuperado de <http://elecuadoriano.net/2014/03/26/ecuador-el-subsidio-de-loscombustibles-y-la-explotacion-del-itt>

011. ENMIENDAS O REFORMAS CONSTITUCIONALES 2015: ANÁLISIS JURÍDICO DEL PROCEDIMIENTO.

Autores:

Abg. María José Macías

Abg. Carlos Feraud Elizalde, M Sc.

cferaud@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica Ecotec

Guayaquil, Ecuador

RESUMEN

En el 2014, un grupo de asambleístas pertenecientes al partido político gobernante, propuso un paquete de 18 modificaciones a la Constitución ecuatoriana, vía enmiendas constitucionales. De la propuesta original, 16 enmiendas fueron aprobadas por la Asamblea Nacional y publicadas en el Registro Oficial, sin objeción alguna por parte de la Corte Constitucional.

Las referidas enmiendas no están exentas de serias objeciones jurídicas, tanto en su contenido como en sus formas. Como se verificará a lo largo de esta ponencia, las modificaciones introducidas produjeron no solo una restricción de derechos fundamentales sino también, en general, un ataque contra la democracia y los valores republicanos.

PALABRAS CLAVES: Derecho Constitucional, Constitución, Reformas

INTRODUCCIÓN

No hay duda que uno de los temas más críticos y principales de la vida político-jurídica de una República es la estructura constitucional que sus ciudadanos, en virtud de su soberanía, deciden autoimponerse. En definitivas cuentas, la Constitución es el punto de partida de la vida jurídica de un país, que a su vez tiene la primera tarea de limitar el poder político y proteger y garantizar la efectiva vigencia de los derechos fundamentales. En consecuencia, resulta obvio que el redactar una Constitución no es cuestión sencilla, pero igual o incluso más complicado resulta el pretender reformarla.

Pero, ¿qué es una Constitución? y ¿por qué su redacción y cambios resultan tan controvertidos? Para entenderlo mejor, es necesario remontarnos a los orígenes del Derecho Constitucional, al que de manera más apropiada preferimos llamar movimiento constitucionalista. Decimos movimiento constitucionalista más que Derecho Constitucional porque el inicio de esta rama del Derecho, más que una ciencia, fue una corriente social y de pensamiento, cuya evolución devino en el desarrollo de una ciencia. El punto de partida de este movimiento fue desde siempre la lucha contra el abuso de poder.

Constitución es entonces, primeramente, la limitación jurídica del poder. Se trata, como en la época de los Barones y el Rey Juan Sin Tierra, de una imposición al gobernante para frenar su poder. Una Constitución busca determinar esa esfera de derechos individuales donde ni el gobierno ni el Estado intervengan, de tal manera que sea el individuo y no aquellos, quien tome las decisiones. Es cierto que con el pasar de los siglos y la evolución del Derecho Constitucional, la Constitución ha terminado protegiendo otros derechos aparte de los individuales, incluso ha evolucionado al punto que en algunos países – como el nuestro- busca frenar no solo el poder público, sino también cualquier manifestación de poder. Pero es necesario tener claro que la razón por la que surge el movimiento constitucionalista y por ende la idea de una Constitución, es la de poner frenos al poder político.

A todo lo dicho es necesario agregar cómo funciona la estructura de una Constitución. La doctrina afirma que toda Constitución tiene una estructura clara, que es la división de la norma fundamental en parte orgánica y parte dogmática. La primera se refiere al establecimiento claro y definición de la estructura del Estado y su composición. Esta parte no solo establece el simple esqueleto del Estado, sino que define específicamente cuáles son las funciones de sus órganos, cuáles son sus límites, como deben estar conformados y en general la manera de conducirse. Pero más importante que ello, esta parte de la Constitución define al Estado, nos describe conceptualmente cuál es su orientación. La parte dogmática en cambio se refiere a los derechos fundamentales, llamados también derechos constitucionales, pero más comúnmente conocidos como derechos humanos.

Todo cambio constitucional es peligroso. Primero por que como lo dijimos ya, conlleva un cambio generalizado de estructuras jurídicas, políticas y sociales. Cuando se redacta una nueva Constitución o se modifica la vigente, se pone en situación de mayor vulnerabilidad a aquello que la norma fundamental busca proteger: límites y frenos al poder y derechos fundamentales.

Lamentablemente el Ecuador se ha convertido en un ejemplo de lo que no se debe hacer en materia constitucional, pero más allá de eso, nos devela el por qué el sistema de cambios constitucionales debe ser estricto y restringido. Ello pasa por comprender, además, que una Constitución no puede ni debe regular todo. Una norma constitucional extensa no es sinónimo de éxito ni mucho menos de tradición jurídica. Por ello, tanto su contenido como sus cambios deben ser sumamente limitados.

No nos olvidemos, de igual manera, que la naturaleza del Derecho Constitucional exige siempre una doble visión, lo formal y lo material. El tema que nos ocupa sin duda requiere verificar primero el cumplimiento de los requisitos y condiciones, así como el propio procedimiento. Luego, es vital extender el análisis al fondo de la materia, su contenido y coherencia con la Constitución vigente.

MARCO TEÓRICO

Este tema debe considerarse desde un punto de vista general, como cualquier modificación en la Norma Fundamental.

Por su parte, nuestra Constitución prevé tres trámites o vías para modificar la Carta Magna y que agrupa bajo el capítulo "Reforma de la Constitución":

- 1.- Enmienda
- 2.- Reforma Parcial
- 3.- Asamblea Constituyente

Tal como lo manifiesta Rafael Oyarte, "esta es una de las novedades notorias introducidas en la Constitución del 2008, pues con anterioridad se entregaba a los congresos o asambleas el ejercicio del poder constituyente derivado el que, como ocurría en la Constitución de 1998, se formalizaba a través del mismo procedimiento ordinario de formación de la ley, con algunas diferencias marcadas, como la iniciativa, el trámite que agregaba un plazo de espera entre debates y el quórum de aprobación." (Oyarte, 2014, p. 623) En efecto, resulta novedoso en nuestro sistema que la propia Constitución establezca un sistema diferenciado de reformas constitucionales y resalto que incluye además la propia vía de Asamblea Constituyente (poder constituyente originario), antes tenida como una opción lógica y natural pero que no tenía una reglamentación previa.

De cualquier manera, es importante considerar que la Constitución ecuatoriana no hace una diferenciación de fondo entre la enmienda y la reforma parcial. De esta forma y dejando de lado la terminología utilizada por nuestra Carta Magna, ambas figuras conllevan en realidad la introducción de una modificación sin que por ello se considere al resultado como una nueva Constitución. El resto es simplemente un tema de procedimiento, condiciones y requisitos.

Nos dice el artículo 441 de la Constitución que la enmienda puede ser respecto a uno o varios artículos, y puede realizarse por dos vías: por referéndum o vía parlamentaria. Adicionalmente establece los requisitos para ello:

No debe alterar la estructura fundamental de la Constitución.

Tampoco puede alterar el carácter y elementos constitutivos del Estado. No puede establecer restricciones a los derechos y garantías.

No puede modificar el procedimiento de reforma de la Constitución

De cualquier manera, es importante considerar que la Constitución ecuatoriana no hace una diferenciación de fondo entre la enmienda y la reforma parcial. De esta forma y dejando de lado la terminología utilizada por nuestra Carta Magna, ambas figuras conllevan en realidad la introducción de una modificación sin que por ello se considere al resultado como una nueva Constitución. El resto es simplemente un tema de procedimiento, condiciones y requisitos.

Nos dice el artículo 441 de la Constitución que la enmienda puede ser respecto a uno o varios artículos, y puede realizarse por dos vías: por referéndum o vía parlamentaria. Adicionalmente establece los requisitos para ello:

No debe alterar la estructura fundamental de la Constitución.

Tampoco puede alterar el carácter y elementos constitutivos del Estado. No puede establecer restricciones a los derechos y garantías.

No puede modificar el procedimiento de reforma de la Constitución

En cuanto a la estructura de la Constitución, hace sentido que la norma impida su alteración a través de este procedimiento, pues lo que se busca es que los cambios estructurales sigan un proceso más riguroso antes de su puesta en práctica. Téngase en cuenta que la enmienda implica solamente el despliegue de un polo o manifestación de poder: en el caso de la vía del referéndum, es el pueblo el que decide, mientras que en la vía parlamentaria es el Asamblea. Distinto es el caso de la reforma parcial, como veremos más adelante, en la que interviene la Asamblea Nacional y luego el pueblo para ratificar o desechar lo aprobado por el legislativo. En tal caso el concepto de estructura fundamental de la Constitución parece no estar muy claro, pues no hay otra norma que haga referencia a ello y nos sirva para generar una explicación. Por nuestra parte, consideramos que la Constitución de la República tiene una conformación clásica, es decir, está dividida en tres partes: preámbulo, parte orgánica y parte dogmática.

Adicionalmente a ello, nuestra Constitución sigue la tendencia moderna de incorporar una parte procesal. De esta forma debemos entender como alteración de la estructura fundamental de la Constitución a la supresión en bloque de una de estas partes o simplemente de su esencia. Por lo demás, cualquier cambio en la Constitución va a implicar una modificación dentro de esta estructura. Parecería que esta prohibición es algo etérea y bastante interpretativa, pero en tal caso nuestra Norma Fundamental no se cierra a las posibilidades fácticas.

Similar atención merece el requisito de no alterar el carácter y elementos constitutivos del Estado. Pero ¿qué es el carácter y cuáles son los elementos constitutivos del Estado? Inevitablemente debemos acudir al Título 1 que nos habla justamente de los elementos constitutivos del Estado y que en su contenido termina también por definir su carácter. El artículo 1 de la Constitución determina, respecto al carácter del Estado y su esencia, lo siguiente:

“El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de República y se gobierna de manera descentralizada.

La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución.

(...)”

Cuando se habla de los elementos constitutivos del Estado podría pensarse en términos genéricos en la definición clásica de los elementos del Estado, esto es, población, territorio, soberanía y poder político. En realidad, la norma contenida en el artículo 441 se refiere a una definición restringida, es decir no a los elementos que conforman el Estado, sino a los elementos que conforman la estructuración jurídica del Estado. Bien podemos decir que cuando el referido artículo habla de la estructura fundamental del Estado está señalando no su contenido per se sino su organización y forma de funcionamiento.

La Constitución ecuatoriana establece que el Estado se organiza en forma de República. Por las explicaciones que hemos dado en incisos anteriores, bien hace la Norma Fundamental en utilizar el término República no para definir al Estado sino su organización, con lo que nosotros debemos entender hace referencia a los órganos que ejercen el poder político, es decir, el gobierno. La forma republicana de gobierno ha tenido distintas conceptualizaciones e interpretaciones en la historia de la Filosofía Política. Muestra de ello es la conocida obra de Platón que lleva ese nombre. Sin embargo, no interesa a efectos de este trabajo la evolución conceptual de lo que se entiende por República (así como en líneas anteriores tampoco fue necesario explayarse respecto a la evolución conceptual del término democracia), sino el concepto moderno al que se ha llegado.

Debemos acudir nuevamente al Doctor Borja quien con claridad nos señala que República es “la forma de gobierno caracterizada por la división de poderes del estado, en el marco de un régimen político electivo, representativo, alternativo y responsable.” (Borja, enciclopedia de la política de Rodrigo Borja). Electivo porque los gobernantes son elegidos para el ejercicio de sus funciones; representativo porque dichos gobernantes ejercen autoridad por representación del pueblo, a manera de delegación; alternativo implica que los gobernantes son elegidos para períodos fijos y el ejercicio de las funciones de gobierno no sea ejercido siempre por la misma persona; y responsable por que los gobernantes deben rendir cuenta por sus actos en el ejercicio de sus funciones y responder jurídicamente por ellos.

El Estado Social de Derecho surge como una evolución del Estado de Derecho. Así, el Estado garantiza y protege ya no solo los Derechos Civiles y Políticos, sino también los Económicos, Sociales y Culturales (Derechos Humanos de Segunda Generación). Según indica Antonio García Cuadrado (Cuadrado, 1980), el Estado Social nace a consecuencia del auge de los totalitarismos marxistas y nacionalistas en la primera mitad del siglo pasado. Así, a partir de la Segunda Guerra Mundial se impuso el término y su contenido fue retomado por distintas legislaciones.

En lo que tiene que ver con el Estado de derechos y ya no de Derecho, resulta claro que la Constitución ha querido desplazar al Derecho, es decir, el ordenamiento jurídico, como centro de atención. En su lugar ha puesto a los derechos ciudadanos en una posición jerárquica superior. No es que desaparezca del todo el Derecho (eso no sería posible) sino que frente a aquel y aun contra a aquel tiene prioridad la realización de los derechos. Nos dice Julio Echeverría que con el Estado de derechos “se crea una relativización o anulación del principio de sujeción a la ley de todo acto decisional o de carácter legislativo” (Echeverría & et.al, 2009, p. 18) y conecta esa idea con el hecho de que “la aplicación y defensa de los derechos no requiere necesariamente la existencia de leyes o procedimientos que los regulen” (Echeverría & et.al, 2009, p. 18).

Existen varios caminos para la reforma de la Constitución por vía plebiscitaria², pero en este apartado nos referiremos exclusivamente al referéndum señalado en el artículo 441 numeral 1 de la Norma Fundamental. Los demás casos serán tratados al referirnos a la reforma parcial y Asamblea Constituyente.

Conforme al referido artículo, el referéndum modificatorio puede ser convocado directamente por el Presidente de la República o por la ciudadanía. Para la segunda opción se establece como requisito el contar con el respaldo de por lo menos el ocho por ciento de las personas inscritas en el registro electoral. En este caso, la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, LOEOP dispone en el artículo 182 que se deberá entregar el respaldo de “los nombres y apellidos, número de cédula de identidad y las firmas o huellas digitales de las personas que apoyan la propuesta”.

Rafael Oyarte resalta la evolución que implican tales condiciones para esta vía plebiscitaria, en relación a las constituciones anteriores. De esta forma, cabe señalar en este punto que al referirnos a la vía plebiscitaria hemos pretendido hacer una referencia genérica a todos los métodos de consulta a la ciudadanía, bien sea el referéndum o el plebiscito. Explica el autor ecuatoriano que la posibilidad para que la ciudadanía se auto convoque para este tipo de referéndum, resulta una total novedad. Igualmente, señala como una variación sustancial la facultad que la Constitución vigente otorga al Presidente de la República para convocar este referéndum modificatorio por iniciativa propia y sin condiciones, ya que, por ejemplo, en la Constitución de 1979 se le exigía presentar ante el Congreso Nacional un proyecto de las pretendidas reformas; así, solo cuando el legislativo negaba total o parcialmente el proyecto, podía el ejecutivo convocar a referéndum (Oyarte, 2014, p. 247). También la Constitución de 1998 estableció requisitos para el ejercicio de esta vía por el Presidente de la República.

Se puede concluir de manera lógica, a partir de la redacción contenida en el artículo 441 de la Constitución, que esta vía implica la elaboración de un proyecto de enmiendas por parte del Presidente de la República o los ciudadanos que ejerzan la iniciativa para este referéndum. A raíz de ello, Oyarte nos recuerda que tanto la enmienda como la reforma parcial están sometidas al control previo de constitucionalidad por parte de la Corte Constitucional, por lo que previo a que el Presidente de la República dicte el decreto ejecutivo con su propuesta de modificaciones o que la ciudadanía recoja las firmas de respaldo conforme a las condiciones ya explicadas, el proyecto debe someterse a consideración de la Corte Constitucional (Oyarte, 2014, p. 248) respecto al procedimiento elegido conforme al artículo 443 de la Constitución. Más adelante, en el apartado correspondiente, nos referiremos en detalle al control constitucional, pero a efectos de este apartado nos interesa recordar que es la Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales y Control Constitucional, LOGJCC, la que exige en su artículo 100 el dictamen de la Corte Constitucional respecto a cuál de los procedimientos previstos en la Constitución corresponde, de la siguiente manera:

“1. Cuando la iniciativa provenga de la Presidenta o Presidente de la República, antes de expedir el decreto por el cual se convoca a referendo, o antes de emitir el decreto por el cual se remite el proyecto a la Asamblea Nacional;

2. Cuando la iniciativa provenga de la ciudadanía, antes de dar inicio a la recolección de las firmas requeridas para la respectiva convocatoria a referendo o para la presentación a la Asamblea Nacional;
(...)”

Una vez que el proyecto de enmiendas haya superado el control de la constitucionalidad, el Consejo Nacional Electoral deberá convocar en el plazo de 15 días a referéndum conforme a sus facultades contenidas en el artículo 219 numeral 1 de la Constitución y 25 numeral 2 de la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, LOEOP. EL referéndum deberá realizarse dentro de los siguientes 60 días, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 107 de la Constitución y 184 de la LOEOP.

Además de la vía plebiscitaria, la Constitución de la República puede enmendarse a través de la Asamblea Nacional, conforme lo dispone el numeral 2 del artículo 441 de la Norma Fundamental. En este caso la iniciativa corresponde a cualquier asambleísta, siempre que cuente con el respaldo de al menos una tercera parte de los miembros de la Asamblea Nacional. No está de más recordar, como lo hace Oyarte, que no hay norma constitucional ni secundaria que obligue a aplicar a la vía de enmienda parlamentaria los requisitos para la presentación de proyectos de ley, sino que simplemente se deben cumplir los requisitos determinados en la Constitución y solo de forma análoga y subsidiaria aplicar las normas de tramitación de proyectos de ley (Oyarte, 2014, p. 624).

Al igual que en el caso de la enmienda constitucional por vía de referéndum, esta vía está sometida al control de constitucionalidad de acuerdo con el artículo 443 de la Norma Fundamental, respecto al procedimiento utilizado (enmienda o reforma). En la misma forma, el artículo 100 de la LOGJCC exige el dictamen de la Corte Constitucional de la siguiente manera: “3. Cuando la iniciativa provenga de la Asamblea Nacional, antes de dar inicio al proceso de aprobación legislativa.”

Luego de la aprobación de la vía por parte de la Corte, el proyecto se debe tramitar en dos debates en la Asamblea Nacional, con la obligación de que el segundo se realice impostergablemente dentro de los 30 días siguientes al cumplimiento del año de efectuado el primero (Aunque como bien lo señala Oyarte, no hay una consecuencia jurídica directa por la omisión de este plazo). Para ello, el Consejo de Administración Legislativa, CAL, deberá crear una comisión especializada ocasional, de conformidad con el artículo 73 de la LOFL, y dicha comisión elaborará el respectivo informe.

Continúa el texto constitucional estableciendo como requisito para la aprobación de las enmiendas constitucionales por vía parlamentaria, el voto favorable de las dos terceras partes de la Asamblea Nacional. Preocupa al autor ecuatoriano que ni la Constitución ni la ley encarga la publicación en el Registro Oficial de las enmiendas aprobadas (Oyarte, 2014, p. 627), bien sea al Presidente de la República o a la Asamblea Nacional, por lo que nos encontramos frente a un vacío normativo. Ante ello, consideramos que indudablemente debemos acudir por subsidiaridad, es decir por inexistencia

Esto no lo dice específicamente el mencionado artículo 73 de la LOFL, pero se concluye a partir del requerimiento de conformación de la comisión ocasional, con aplicación subsidiaria de las normas de trámite legislativo de proyectos de ley de norma alguna aplicable, a las normas del trámite legislativo de aprobación de proyectos de ley.

El artículo 442 de la Constitución ecuatoriana regula la reforma parcial de sí misma, estableciendo como requisitos:

Que no suponga una restricción en los derechos y garantías constitucionales. Que no modifique el procedimiento de reforma de la Constitución.

En este caso se ha seguido la misma lógica para la enmienda respecto a los dos requisitos indicados, por lo que no cabe en este punto más explicaciones. Lo que sí debemos resaltar es que en este caso, es decir en la reforma parcial, sí se permite la alteración de la estructura fundamental de la Constitución y la alteración del carácter y elementos constitutivos del Estado, conceptos a los que ya nos hemos referido anteriormente.

Para esta la reforma parcial la Constitución admite tres vías: la iniciativa presentada por el Presidente de la República, la iniciativa de la ciudadanía o por resolución aprobada por las mayorías de los miembros integrantes de la Asamblea. Nuevamente para el segundo caso la Norma Fundamental exige un determinado respaldo ciudadano, que en este caso es al menos del 1% de los ciudadanos inscritos en el registro electoral. Para efectos del sometimiento al dictamen de la Corte Constitucional sobre el procedimiento escogido (enmienda o reforma), aplican las mismas normas del artículo 100 de la LOGJCC, dependiendo de quién ejerció la iniciativa de la reforma parcial.

Luego del dictamen favorable de la Corte respecto al procedimiento escogido, el proyecto de reforma parcial deberá tramitarse por el legislativo. Este, debe remitir la propuesta de reforma parcial al Consejo Nacional Electoral con la finalidad de que verifique la veracidad de los respaldos ciudadanos en el plazo de siete días conforme al artículo 189 de la LOEOP. Luego, al igual que en la enmienda por vía parlamentaria, el CAL deberá para este efecto crear una comisión especializada ocasional, de conformidad con el artículo 73 de la LOFL, y esta elaborará un informe.

Continúa el artículo 442 señalando que la Asamblea deberá tramitar la iniciativa de reforma parcial en al menos dos debates. Es de resaltar que por la redacción indicada, la Constitución permite más de dos debates para las reformas parciales, cuestión que no ocurría en la vía parlamentaria de la enmienda en la que específicamente se limitaba la discusión del proyecto a dos debates. El segundo debate sobre la reforma parcial debe efectuarse al menos 90 días después del primero, sin que haya en este caso, como en la enmienda, un plazo máximo para ello. Al respecto Oyarte manifiesta que “transcurridos los tres meses la Asamblea Nacional está habilitada constitucionalmente para realizar el segundo debate, pero no está obligada a ello.” (Oyarte, 2014, p. 630). Como bien lo apunta el autor ecuatoriano, la Constitución y la ley omiten gravemente el determinar un quórum de aprobación (Oyarte, 2014, p. 631).

Particularmente en el caso de la vía de la iniciativa ciudadana, la Constitución exige que el proyecto de reforma sea tratado por la Asamblea Nacional en el plazo de un año. De acuerdo al artículo 190 de la LOEOP este plazo solo correrá a partir de que el Consejo Nacional Electoral notifique al legislativo que se han cumplido con los requisitos de respaldo ciudadano. Según el artículo 103 de la Norma Fundamental que así lo impone, en caso de que la Asamblea incumpla con el plazo, quienes propongan la reforma podrán acudir al Consejo Nacional Electoral para que este, previa conformidad de la Corte Constitucional (artículo 192 LOEOP), convoque a consulta popular sin la condición de contar con el respaldo del 8% de los inscritos en el registro electoral. Durante el tiempo en el que se esté tramitando una propuesta ciudadana de reforma parcial a la Constitución en la Asamblea Nacional, no se podrá presentar otro proyecto.

Ahora bien, la redacción del referido artículo llama a la confusión puesto que exige del requisito del respaldo del 8% cuando la condición para la reforma parcial por vía de la iniciativa ciudadana es del 1% con el que, además, ya se debió contar al inicio del procedimiento. Por otro lado, si revisamos los requisitos para la convocatoria a consulta popular, la Constitución exige el respaldo de al menos el 5% si la consulta es nacional y de al menos el 10% si la consulta es local, por lo que tampoco se refiere a esto el artículo 103. Al revisar la Constitución se puede constatar que la única exigencia de apoyo del 8% de los inscritos en el registro electoral es la que hace el artículo 441, que al referirse a las enmiendas constitucionales establece este requisito para el caso de la iniciativa ciudadana para referéndum. Este es un claro ejemplo de una antinomia constitucional. En tal caso no debe por esto confundirse ni equipararse la reforma parcial por iniciativa ciudadana en el caso que el legislativo no cumpla con el plazo establecido en la Constitución, con la enmienda vía referéndum por iniciativa ciudadana.

En este punto la Constitución dispone una novedad respecto de las dos vías de enmienda constitucional, a la que ya nos habíamos referido antes, esto es, el requerimiento de que el proyecto de reforma parcial aprobado por la Asamblea Nacional sea sometido a referéndum. Para ello, y como veremos más adelante, la Corte Constitucional deberá calificar la constitucionalidad de las preguntas. Así, una vez que el proyecto ha sido aprobado por el legislativo, se deberá convocar a referéndum dentro de los 45 días siguientes. Para que la reforma sea aprobada se requiere el voto favorable de la mitad más uno de los votos válidos. En caso de ser aprobada la reforma parcial, esta deberá ser publicada en el Registro Oficial por el Consejo Nacional Electoral en el plazo de 7 días a partir de su aprobación.

Finalmente y como lo mencionamos en un principio, la tercera vía para reformar la Constitución es la convocatoria a una Asamblea Constituyente. Se trata de una expresión clara y directa de la soberanía popular, y aun cuando resulta una novedad su mención en la Constitución, la posibilidad de convocatoria a una Constituyente no es per se algo nuevo. La lógica es que si el propio pueblo ha proclamado su Constitución, puede también ese pueblo modificarla e incluso redactar una nueva. Para lo primero, están los procedimientos para modificar la Constitución establecidos en la propia Norma Fundamental; para lo segundo, en cambio, habrá siempre la posibilidad de una Asamblea Constituyente.

La teoría del poder constituyente se remonta a los albores de la Revolución Francesa. No pretendemos ahondar en este tema pues no es objeto de nuestro trabajo, basta con recordar que de acuerdo a aquella teoría, el poder puede ser constituido o constituyente. El primero se refiere al poder que se origina a partir y con fundamento en la Constitución. En tal caso, el poder está sometido a los cánones constitucionales y a la normativa vigente. Poder constituido es el conjunto de las funciones del Estado.

El poder constituyente es, por otro lado, aquel que en virtud de la soberanía se reúne para realizar el diseño constitucional. Puede ser de dos clases, derivado u originario, y este a su vez, fundacional o post-fundacional. El derivado es aquel que simplemente se reúne para modificar la Constitución, por lo que fuera de los cambios que pretenda, está sometido a ella. El originario es el que se reúne con la pretensión de redactar una nueva Constitución, y será fundacional si actúa en el escenario de un nuevo Estado, o post-fundacional si el escenario es el de un Estado preexistente. Lo dicho no obsta a que el poder constituyente no redacte una nueva Constitución sino que implemente cambios en la ya vigente.

Nuestra Constitución en particular establece en su artículo 444 ciertas reglas para la Asamblea Constituyente. Así, esta debe obligatoriamente ser convocada por consulta popular, la misma que puede ser solicitada por el Presidente de la República, por las dos terceras partes de los miembros de la Asamblea Nacional o por la ciudadanía con el respaldo del 12% de las personas inscritas en el registro electoral. Adicionalmente, la consulta debe incluir la manera de elegir a los asambleístas constituyentes así como las reglas del proceso electoral. Por último, el referido artículo exige que para la entrada en vigencia de la nueva Constitución esta sea sometida a referéndum, en el cual requerirá de la mitad más uno de los votos válidos para su aprobación. Nótese que las reglas señaladas no influyen ni en la dinámica de trabajo de la Asamblea Constituyente ni en el alcance de cuestiones de fondo a tratarse en ella. Lo contrario sería una distorsión conceptual de lo que implica una Asamblea Constituyente. A decir de Rafael Oyarte se está regulando “el poder preconstituyente (...), es decir, la competencia y procedimiento para convocar al titular del poder constituyente originario.” (Oyarte, 2014, p. 256)

Conforme al artículo 436 numeral 2 de la Constitución, todo acto normativo de carácter general está sometido al control de constitucionalidad por parte de la Corte Constitucional. En términos generales, este control bien puede dirigirse a cuestiones de forma como de fondo; de esta manera la propia Constitución protege su supremacía. Ahora bien, las modificaciones que se le pretendan hacer a la Norma Fundamental no están exentas del control constitucional, tal como lo establece el artículo 75 numeral 1 literal a de la LOGJCC (control abstracto de constitucionalidad), que no hace otra cosa que ratificar lo que de la simple lectura del 436 se concluye.

Ahora bien, dependiendo de la vía que se utilice para la modificación que se pretenda, este control puede ser previo o posterior a su vigencia. De manera clara la LOGJCC, al referirse al control constitucional sobre las enmiendas o reformas a la Constitución, señala en su artículo 99:

“Art. 99.- Modalidades de control constitucional.- Para efectos del control constitucional de las enmiendas, reformas y cambios constitucionales, la Corte Constitucional intervendrá a través de los siguientes mecanismos:

1. Dictamen de procedimiento.
2. Sentencia de constitucionalidad de la convocatoria a referendo.
3. Sentencia de constitucionalidad de las enmiendas, reformas y cambios constitucionales.”

En este sentido la Corte Constitucional se convierte en “un verdadero comisionado del poder constituyente [entiéndase el originario] para el sostenimiento de su obra, la Constitución, y para que mantenga a todos los poderes constitucionales en su calidad estricta de poderes constituidos”. (Oyarte, 2014, p. 632)

El control previo se dirige en primer lugar a la vía elegida para modificar la Constitución: enmienda o reforma parcial. Como ya lo hemos dicho es el artículo 443 de la Norma Fundamental que otorga la potestad a la Corte Constitucional para calificar cuál de los métodos contenidos en el capítulo de Reformas a la Constitución corresponde. Esto es lo que la LOGJCC denomina dictamen de procedimiento.

Ahora bien, el 443 es suficientemente amplio, por lo que no se debe descartar que la Corte señale la Asamblea Constituyente como vía correspondiente para la modificación que se pretenda. De esta manera, si la modificación que se pretende altera la estructura fundamental de la Constitución o la estructura fundamental del Estado, la Corte Constitucional dictaminara que debe tramitarse por la vía de la reforma parcial. Pero, por ejemplo, si la modificación busca introducir cambios al o los procedimientos de reforma de la Constitución, la Corte Constitucional deberá determinar que el procedimiento viable es la Asamblea Constituyente. Así lo deja claro el artículo 101 numeral 1 de la LOGJCC:

“(…) 1. Cualquier proyecto normativo que tenga por objeto o efecto restringir el alcance de los derechos y garantías constitucionales fundamentales o modificar el régimen procedimental de reforma a la Constitución, sólo podrá tramitarse de acuerdo con el procedimiento previsto en el artículo 444 de la Constitución, a través de la convocatoria a una Asamblea Constituyente; (…)” En este punto no puede dejar de llamarnos la atención que el citado artículo haga referencia a la posibilidad de restringir el alcance de los derechos y garantías constitucionales fundamentales. Como bien es sabido, una de las principales características de los derechos humanos es su desarrollo progresivo, por lo que no pueden irse restringiendo sino por el contrario, solo pueden ir ampliando su cobertura y vigencia. Cabe recordar en este punto lo dicho por el artículo 11 de la Constitución que se refiere a los principios que rigen el ejercicio de los derechos:

“(…)

4. Ninguna norma jurídica podrá restringir el contenido de los derechos ni de las garantías constitucionales.

(…)

8. El contenido de los derechos se desarrollará de manera progresiva a través de las normas, la jurisprudencia y las políticas públicas. El Estado generará y garantizará las condiciones necesarias para su pleno reconocimiento y ejercicio.

Será inconstitucional cualquier acción u omisión de carácter regresivo que disminuya, menoscabe o anule injustificadamente el ejercicio de los derechos.

(…)”

De cualquier manera, el proyecto de modificación constitucional debe remitirse en primer lugar a la Corte Constitucional, con un escrito en el que se sugiera el procedimiento a seguir con su debido sustento. Si el proponente es el Presidente de la República, deberá remitir el proyecto antes de expedir el decreto ejecutivo de convocatoria a referendo o en que envíe el proyecto a la Asamblea; si es la ciudadanía, antes de recolectar las firmas; y si es la Asamblea, antes de iniciar el procedimiento legislativo correspondiente.

Además de la constitucionalidad del procedimiento utilizado para la pretendida modificación, la Corte Constitucional ejerce control sobre la convocatoria a referendo, de acuerdo al artículo 102 de la LOGJCC. Resulta interesante que dicho artículo somete a tal control previo a las enmiendas, reformas o cambios constitucionales, con lo que incluye a la vía de la Asamblea Constituyente. No debemos olvidar que la vía de la constituyente se convoca a través de una consulta popular, pero su proyecto resultante debe ser sometido a referéndum, por lo que consideramos que el 102 se refiere a este último.

Ahora bien, señala el artículo 103 del mismo cuerpo legal, que este control será de tipo formal. Por ello, la Corte deberá verificar que se cumplan con las reglas procesales para la convocatoria, se hayan respetado las competencias para la modificación de la Constitución y, finalmente, que se garantice y respete la libertad de los votantes.

Por último, la Corte deberá controlar la constitucionalidad de las preguntas del referéndum, lo que implica un doble control: a los considerandos que introducen las preguntas, y al texto propiamente de las mismas. En cuanto a lo primero, deberá verificar que no se induzca al elector a las respuestas, que haya concordancia entre el considerando y el texto normativo sometido a consideración del pueblo, que se emplee lenguaje neutro y comprensible, que haya causalidad entre el texto que se propone y los propósitos del considerando, y que no se introduzca información irrelevante en relación al texto que se propone. En cuanto al texto de las preguntas, el artículo 105 de la LOGJCC determina que la Corte debe verificar que se cumpla, entre otras condiciones, con las siguientes:

- “(…) 1. La formulación de una sola cuestión por cada pregunta, salvo que exista una interrelación e interdependencia entre los distintos componentes normativos;

2. La posibilidad de aceptar o negar varios temas individualmente en la misma consulta. Se prohíbe la aprobación o rechazo en bloque;

3. La propuesta normativa no esté encaminada a establecer excepciones puntuales que beneficien un proyecto político específico; y,

4. La propuesta normativa tenga efectos jurídicos y modificaciones al sistema jurídico. (...)”

La LOGJCC otorga a la Corte el término de 20 días para efectuar este control previo (convocatoria, considerandos y texto). De no pronunciarse en dicho término, se entenderá que la Corte ha emitido dictamen favorable.

Como se entiende de la redacción del artículo 436 numeral 2 de la Constitución al que nos referimos en un apartado anterior, las modificaciones constitucionales, al constituir un acto normativo de carácter general, están sometidas al control de la Corte Constitucional. Esto se refiere al control posterior. Particularmente respecto al control de las enmiendas, reformas y cambios constitucionales, el artículo 106 establece las siguientes reglas:

- “(…) 1. Las enmiendas y reformas que se tramitan a través de un referendo, pueden ser demandadas únicamente por vicios de procedimiento ocurridos con posterioridad a la convocatoria respectiva;

2. Las enmiendas que se tramitan a través de la Asamblea Nacional, pueden ser demandadas por vicios de forma y procedimiento en su trámite y aprobación. El examen de los vicios formales incluye el análisis de la competencia de la Asamblea Nacional para reformar la Constitución;

3. El examen de los vicios formales incluye el análisis de la competencia para reformar la Constitución;
4. Las reformas que se tramitan a través de la Asamblea Nacional pueden ser demandadas por vicios de procedimiento en su trámite y aprobación;
5. Los cambios constitucionales realizados a través de una Asamblea Constituyente pueden ser demandados por vicios de forma y procedimiento, de conformidad con las reglas determinadas por la misma Asamblea; y,
6. En cualquiera de los casos anteriores, la demanda de inconstitucionalidad debe ser interpuesta dentro de los treinta días siguientes a su entrada en vigencia.”

CONCLUSIÓN

Al principio de este trabajo señalábamos la necesidad de un análisis jurídico profundo y sistematizado de las modificaciones que se introdujeron a la Constitución vigente. Hemos podido corroborar las distintas conexiones entre doctrina y Derecho Positivo que en conjunto nos llevan a observar una perspectiva integral del Derecho Constitucional vigente. Esta perspectiva, decíamos, nos posiciona frente a la relación entre el poder y el Derecho y nos permite llegar a conclusiones científicas y contrastadas.

Al respecto, en este trabajo analizamos la doble perspectiva -formal y material- de las referidas enmiendas constitucionales. En cuanto a las formas ha quedado claro que el procedimiento de modificaciones fue, cuando menos, alterado y burlado. Paradójicamente, el Derecho Constitucional en este caso no estuvo para contener el poder sino más bien se dispuso a su servicio. Las complejidades establecidas en la Constitución para su modificación en nada sirvieron para preservar la obra del constituyente. Se afectaron derechos fundamentales y se alteró la estructura fundamental del Estado mediante un procedimiento que expresamente lo prohibía, generándose cambios de fondo (materiales) en la Constitución sin consultar con el soberano.

Pero no todo lo ocurrido es imputable a los procedimientos establecidos en la Constitución, mismos que hemos criticado ya e incluso propuesto su cambio vía Asamblea Constituyente. Tampoco ha sido cuestión, solamente, del débil trabajo de la Corte Constitucional, que también apuntamos en su momento. Lo sucedido en este caso, es producto de un esquema complejísimo que define la estructura del Ecuador moderno y de siempre, y se llama caudillismo.

Esa dependencia personalista del político de mayor influencia del momento, ocurrida hoy y siempre en la historia del Ecuador republicano, destroza instituciones y tradiciones jurídicas. Dicho de otra forma, lo ocurrido pasó no solo a espaldas del pueblo, sino también con su conocimiento, y por ende decimos nosotros que sucedió incluso con su complicidad. Los abusos de poder de este y cualquier gobierno tienen el límite de la permisividad soberana, es decir, llegan hasta donde el pueblo lo permita.

Así, la Corte Constitucional va a ser tan coherente como lo exijamos, nuestros asambleístas tan eruditos como requiramos, nuestros Presidentes, tan legítimos como lo permitamos. En definitivas cuentas, lo ocurrido es en efecto un problema jurídico y Constitucional, a ratos árido y para muchos lejano, por las grandes violaciones a la obra del constituyente, pero ese problema genera consecuencias gravísimas en la vida de los ciudadanos de cualquier clase o condición: afecta la seguridad jurídica, destroza esquemas de desarrollo individual, destruye posibilidades de emprendimiento ante tanta inestabilidad, y en definitivas reduce a los derechos fundamentales a constituirse en una excusa para cualquier proceder politiquero. He ahí la relevancia del Derecho Constitucional.

BIBLIOGRAFÍA

Asamblea Nacional: Propuesta de enmiendas a la Constitución. (2015). Obtenido de <http://www.asambleanacional.gob.ec/es/contenido/conoce-las16-propuestas-de-enmienda-constitucional>

Borja, R. (s.f.). enciclopedia de la política de Rodrigo Borja. Obtenido de democracia: <http://enciclopediadelapolitica.org/Default.aspx?i=e&por=d&idind=397&termin o=democracia>

Borja, R. (s.f.). enciclopedia de la política de Rodrigo Borja. Obtenido de formas de Estado: <http://enciclopediadelapolitica.org/Default.aspx?i=e&por=f&idind=684&termin o=formas%20de%20estado>

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Montecristi, Manabí, Ecuador.

Cuadrado, A. M. (1980). Principios de Derecho Constitucional. León-España: EOLAS Ediciones.

Echeverría, J., & et.al. (2009). La nueva Constitución del Ecuador: Estado, Derechos e instituciones. Quito: Cooperación Editora Nacional.

Nohlen, D. (s.f.). Instituto Interamericano de Derechos Humanos. Recuperado el 2016, de http://www.iidh.ed.cr/comunidades/redelectoral/docs/red_publicnea/Tratado/La%20Reeleccion.htm

Oyarte, R. (2014). Derecho Constitucional Ecuatoriano y comparado. Quito Ecuador: Corporación de estudios y publicaciones.

012. LA SEGURIDAD JURÌDICA Y LOS EFECTOS SOCIOPOLÌTICOS DE LAS REGULACIONES EN LAS IMPORTACIONES DEL ECUADOR.

Autores:

Econ. Ana Lucía Pico. Msc.,

Catedrática Titular Auxiliar tiempo completo de la Universidad de Guayaquil
ana.picoa@ug.edu.ec

Cpa. José Flores Poveda Msc.,

Catedrático Titular Auxiliar tiempo completo de la Universidad de Guayaquil
florespj@ug.edu.ec

Ing. Karla Maribel Ortiz Chimbo. Msc

Coordinadora de la Comisión de Evaluación y Acreditación de la Universidad de Guayaquil
karla.ortizch@ug.edu.ec

Abg. Carlos Alcívar Trejo. M.D.C.,

Coordinador Académico y Docente de la Facultad de Derecho y Gobernabilidad de la Universidad ECOTEC
calcivar@ecotec.edu.ec

RESUMEN

En el presente artículo, se abordará la situación jurídica y efectos socio-económicos y políticos causados en las regulaciones económicas del Ecuador en los últimos periodos y determinar la variabilidad encontrada en las importaciones realizadas desde Ecuador en los últimos seis años, una vez oficializadas y ejecutadas las diferentes medidas, algunas de éstas incluyen regulaciones basadas en el Marco Normativo SAFE de la Organización Mundial de Aduanas (OMA), recién desde el 2010, lo cual insta a asegurar y facilitar el comercio mundial. Sin embargo, como a fines del año 2013 se crearon más restricciones y controles que están haciendo que todos los mercados en Ecuador sucumben, nos enfocaremos mucho en los primeros efectos en lo que va del 2016.

PALABRAS CLAVES: Importaciones, Aduanas, Política Fiscal, Comercio, Política Económica.

SUMMARY

In this article, the legal status and socio- economic and political effects caused in economic regulations of Ecuador in recent periods and determine the variability found in imports from Ecuador in the last six years will be addressed, once formalized and executed the various measures, some of these include regulations based on the SAFE Framework of the World Customs Organization (WCO) , freshly since 2010 , which calls for securing and facilitating global trade. However, since late 2013 many more restrictions and controls that are causing all the markets in Ecuador succumb , we focus a lot on the first effects so far in 2016 were created.

KEYWORDS: Imports, Customs, Fiscal Policy, Trade and Economic Policy

I. Introducción

A partir del año 2008, el gobierno ecuatoriano ha incrementado medidas arancelarias y de control respecto a sus importaciones, aunque se pueden argumentar diferentes razones como objetivo de estos cambios; la más destacada por el mismo gobierno es, aumentar la producción nacional lo cual generará incremento de las rentas del país, sabiendo que el organismo que tiene el papel principal en esta recaudación de ingresos es la aduana del Ecuador SENA. E.

La información detallada en la siguiente presentación trata de informar la variabilidad encontrada en las importaciones realizadas desde Ecuador en los últimos seis años, una vez oficializadas y ejecutadas las diferentes medidas, algunas de éstas incluyen regulaciones basadas en el Marco Normativo SAFE de la Organización Mundial de Aduanas (OMA), recién desde el 2010, lo cual insta a asegurar y facilitar el comercio mundial. Sin embargo, como a fines del año 2013 se crearon muchas más restricciones y controles que están haciendo que todos los mercados en Ecuador sucumben, nos enfocaremos mucho en los primeros efectos en lo que va del 2016.

II.- Métodos:

El objetivo principal del artículo es conocer la aplicación de las políticas implementadas por el Estado ecuatoriano y observar cómo esta favorece a la política económica y sus impactos en la sociedad y el comercio del país. Este objetivo se concretó en los siguientes objetivos específicos: Conocer el impacto de las políticas económicas implementadas. Analizar las ventajas y desventajas que presentan desde el punto de vista de la producción según varios autores.

La Política Fiscal, herramienta de la Política Económica, es una de las principales fuentes de la solvencia económica de un país.

La característica más conocida que tienen los tributos es su fin recaudatorio; sin embargo, muchos de ellos comparten otros fines primordiales para el Estado, como son los sociales, ambientales, activantes del desarrollo económico, protectores de las arcas de las naciones, entre otros.

El Impuesto a la Salida de Divisas se crea con una tarifa del 0.5%, sobre el monto de toda transferencia al exterior. Dicha tarifa no consiguió la regulación esperada en cuanto a reducir el movimiento de capitales afuera de las fronteras, por lo que el Ejecutivo, por intermedio del Servicio de Rentas Internas, decide incrementar este gravamen al 1% en

Diciembre del 2008.

Sin embargo el 23 de Diciembre del 2009, con la publicación en el Registro oficial de la nueva reforma de la Ley de Régimen tributario Interno, se plantea un nuevo aumento, al 2%, el cual persigue el mismo fin planteado desde la creación de la imposición. Se considera que la tarifa inicial sería insuficiente para conseguir la regulación esperada, según los administradores del tributo.¹

Hasta el siglo XIX se ha reconocido que los tributos cumplen una misión de allegar recursos al Estado, sin embargo a partir de las primeras décadas del XX, se añade otra función de los mismos, de igual o mayor importancia, que es la de utilizarlos con fines sociales y económicos.²

Neumark Fritz (Madrid 1974) señala que: "...el Estado moderno interviene, junto con los particulares, en la actividad económica, empleando al impuesto como instrumento de política económica, distinguiendo el dirigismo del intervencionismo..."

- **Instrumentos directos de protección**

Los instrumentos directos de protección afectan a los productos cuando son objeto del comercio internacional, sea como importaciones o como exportaciones. Los más frecuentes son los aranceles, los contingentes (cuotas) de importación y exportación, y los impuestos y las subvenciones a la exportación.

Aranceles. Un arancel es un impuesto aplicado a los bienes importados. Los aranceles específicos se perciben como un derecho fijo por unidad del bien importado, por ejemplo, 3 dólares EE.UU. por barril de petróleo. Los aranceles ad valorem se perciben como proporción del precio CIF (Recuadro 2) de un bien importado; por ejemplo, un derecho de 20 por ciento sobre el precio CIF de un tractor. Los aranceles pueden ser fijos (un determinado derecho por unidad física o un determinado porcentaje del precio CIF) o variables (los derechos varían de acuerdo al precio CIF). Los gravámenes variables a la importación.³

- **Diferentes tipos de aranceles**

Aranceles. Un arancel es un impuesto aplicado a los bienes importados. Los aranceles específicos se perciben como un derecho fijo por unidad del bien importado, por ejemplo, 3 dólares EE.UU. por barril de petróleo. Aplicados por la UE a los productos alimenticios importados son un ejemplo de arancel variable.

Contingentes. Los contingentes (o cuotas) son límites que los gobiernos imponen a las cantidades físicas de las importaciones o las exportaciones. Pueden establecerse de manera unilateral o ser objeto de negociación con los gobiernos de los países exportadores o importadores, quienes convienen "voluntariamente" en limitar las exportaciones o importaciones.

Los controles de cambios, que limitan la cantidad de divisas puestas a disposición de los importadores o los ciudadanos que viajan al extranjero, constituyen un tipo especial de contingente cuya característica es la de limitar las importaciones en general más bien que las de un producto específico.

¹ Carrasco Carlos Marx (Director General del Servicio de Rentas Internas). Artículo: "Director del SRI defiende impuesto del 2% a la Salida de Divisas", Periódico digital: ecuadorinmediato.com. (09- 2009).

² Soler Osvaldo, "Derecho Tributario: económico, constitucional, sustancial, administrativo, penal" Bs. As, (2001), pág. 25 y 26

³La Unión Europea utilizó un arancel variable como parte de su política agrícola común. Se calculaba como la diferencia entre el precio de acceso al mercado de la UE, es decir normalmente el precio establecido por la UE para los productores internos, y el menor precio CIF de importación. En virtud del Acuerdo de la Ronda Uruguay, la UE reemplazó sus tasas variables por aranceles fijos, con algunas excepciones.

- **Acuerdos de limitación voluntaria**

Un acuerdo de limitación voluntaria es la promesa del gobierno "A" al gobierno "B" de limitar a un determinado nivel anual las exportaciones de un producto específico (por ejemplo, carne o tejidos de algodón) del país "A" al país "B". El efecto comercial equivale al de un contingente de importación, si bien la distribución de la renta del contingente puede variar.⁴

Impuestos a la exportación. Los impuestos a la exportación son gravámenes a la exportación de productos. A semejanza de los aranceles de importación, pueden percibirse por unidad física o como proporción del precio FOB. Los gobiernos suelen utilizar los impuestos a la exportación como medio para recaudar ingresos. Aunque su empleo se ha reducido en los últimos años, lo utilizaban con frecuencia antes del proceso de ajuste estructural los países en que gravar la producción de productos primarios de exportación representaba la manera más fácil y segura de recaudar ingresos fiscales. Los impuestos a la exportación reducen tanto el precio de los bienes que efectivamente se exportan como el precio de venta del producto en el mercado interno. Así, por ejemplo, los impuestos aplicados en el pasado en Argentina a las exportaciones de trigo y carne tenían como efecto la reducción del precio que recibían los agricultores y del que pagaban los consumidores argentinos por tales productos. Debido a este efecto, los impuestos a la exportación tienden a desalentar la producción nacional y a alentar el consumo interno de los bienes exportados, y terminan por reducir la cantidad exportada. Los impuestos a la exportación benefician a los consumidores nacionales y al presupuesto estatal a expensas de los productores de bienes para la exportación.⁵

III. Variación anual de las importaciones en el Ecuador:

El Banco Central del Ecuador muestra a través de su página web, las variaciones de las importaciones en Ecuador desde el año 2008 al 2013, por su uso o destino económico. Desde el 2008 porque desde entonces el gobierno y aduanas empezaron a implementar diferentes tipos de regulaciones para tener un mejor control de las actividades de comercio exterior y por consiguiente a la balanza comercial del país.

A continuación detallo tasas de variación⁶ clasificadas por: Bienes de consumo (duraderos, perecibles y aquellos importados por Courier), por Materias primas (agrícolas, industriales y construcción) y Combustible y, por Bienes de capital:

⁴ Los instrumentos de protección y sus repercusiones económicas José María Caballero, Geraldo Calegar y Carlo Cappi. Dirección de Asistencia para las Políticas.

⁵ Los instrumentos de protección y sus repercusiones económicas José María Caballero, Geraldo Calegar y Carlo Cappi. Dirección de Asistencia para las Políticas.

⁶ <http://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>

- Bienes de Consumo

Período	TOTAL IMPORTACIONES	BIENES DE CONSUMO			Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos
		Total	No duraderos	Duraderos	
2008	36.11	32.77	31.28	35.18	0
2009	-19.83	-19.68	-19.65	-19.72	0
2010	37.01	33.05	18.84	55.41	0
2011	19.76	18.68	21.48	7.68	37.73
2012	4.74	2.13	2.58	0.62	14.72
2013	7.44	4.84	4.74	2.15	39.81

<http://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>

IV. Valoración y Recaudación de impuestos.

El objeto del tributo, como realidad económica, se puede apreciar desde los siguientes puntos de vista: A un hecho de la vida real, a la naturaleza económica o al origen del tributo a partir de toda fuente de riqueza, renta o cualquier elemento de una actividad económica.⁷

El profesor Enrique del Percio (2008) plantea que; "... los sistemas tributarios, considerando las características de la sociedad del consumo, deben enfocarse de manera preeminente sobre el consumo, antes que poner énfasis en los impuestos que gravan la renta o el patrimonio...".

La valoración en aduana sigue estando regulada por las disposiciones del artículo 17 del Acuerdo sobre Valoraciones en Aduana de la OMC, desde que Ecuador se unió a esta organización en 1995.

El arancel de aduanas es el recurso de política más importante para efectos de la protección y la recaudación de impuestos. Los derechos se determinan sobre la base de su valor c.i.f. utilizando el método del valor de transacción.

Como consecuencia de las reformas del arancel de aduanas, y los cambios introducidos en el tipo, el nivel y la distribución de los tipos de los derechos arancelarios, ocurrió una reducción entre los años 2005 y 2011:⁸

⁷ Borrero Moro Cristóbal J., "La Materia imponible de los tributos extrafiscales", Cap. IV. Pág. 86

⁸ www.sice.oas.org/ctyindex/ECU/WTO/ESPANOL/s254-03_s.doc

	Año 2005	Año 2011
Promedio de los tipos arancelarios aplicados.	11.4%	9.3%
Arancel aplicado medio para las importaciones industriales.	10.6%	7.6%
Arancel aplicado medio para las importaciones agropecuarias.	16.7%	19.6%
Arancel aplicado medio para textiles y prendas de vestir.	18.1%	14.3%
Arancel aplicado medio para las importaciones No Agropecuarias (ni petróleo).	10.8%	8.2%

La agricultura sigue recibiendo una protección arancelaria mucho mayor que los productos no agropecuarios; el promedio aritmético aplicado a los productos agropecuarios en 2011 aumentó del 15.7% al 17.3% mientras que para los productos no agropecuarios se redujo del 10.8% al 8.2%.

Al parecer, en los años 2008 y 2009 aumentó el número de productos que entraban al Ecuador sin pagar aranceles e impuestos; durante este período, la aduana en cooperación con las Fuerzas Armadas, aumentaron los casos de decomiso a un 129 %. En 2010, los decomisos ascendieron a \$87,9 millones y, consistieron principalmente en drogas ilícitas, productos textiles, vehículos automóviles y calzado. Adicional, ha habido más de 300 decomisos relacionados con la piratería, principalmente relacionados con juguetes, bolsos y carteras, accesorios de vehículos automóviles, y otros; la mayoría de ellos originarios de China.

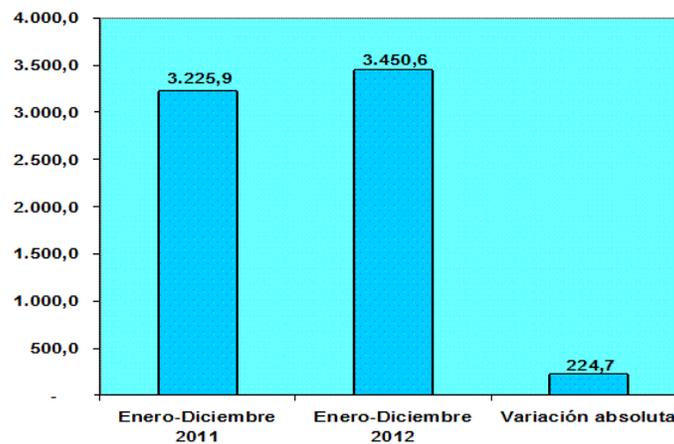
Entre los años 2006 y 2010, los ingresos procedentes de los derechos arancelarios e impuestos internos recaudados en la frontera, aumentaron de USD2,100 millones a USD 3,100 millones.

La recaudación realizada por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) incrementó en USD224,7 millones, es decir un 7.0% más desde 2011 a 2012.⁹

⁹ <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1273/recaudacion-SENAE.html>

**RECAUDACION
COMPARATIVO ENERO-
DICIEMBRE 2011/2012***
(Millones de dólares y porcentaje)

PERIODO	MONTO
Enero-Diciembre 2011	3.225,9
Enero-Diciembre 2012	3.450,6
Variación absoluta	224,7
Variación relativa (%)	7,0



<http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1273/recaudacion-SENAE.html>

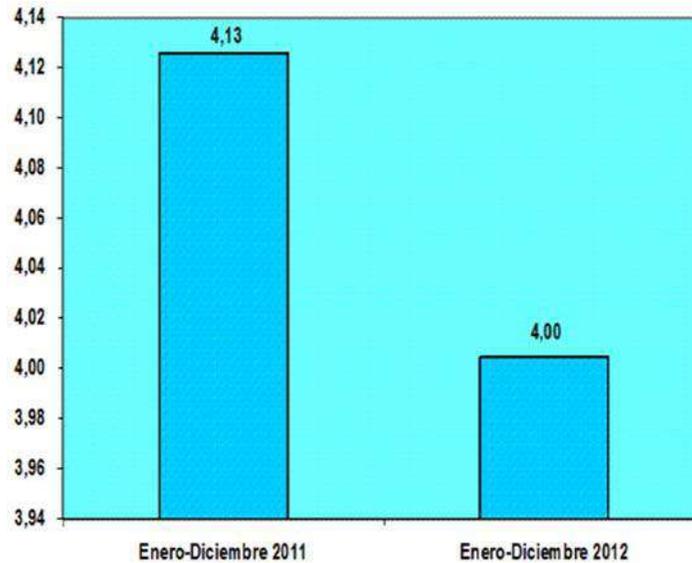
La recaudación del SENA E correspondiente al período enero-diciembre 2012 representa el 4.00% del PIB, menor al 4.13% de igual período del 2011.¹⁰

¹⁰ <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1273/recaudacion-SENAE.html>

**RELACION RECAUDACION/PIB
ENERO-DICIEMBRE 2011/2012
(Porcentajes)**

PERIODO	%
Enero-Diciembre 2011	4,13
Enero-Diciembre 2012	4,00

* PIB 2011 = USD78.189,4 millones
PIB 2012 = USD86.166,2 millones



<http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1273/recaudacion-SENAE.html>

La recaudación de impuestos en general en Enero del 2014 creció menos que en años anteriores, según confirmación de Servicio de Rentas Internas (SRI). Los ingresos generados por el IVA e ICE en las importaciones son dos montos que registraron caídas. A pesar que las cifras del SRI, al comparar enero del 2013 con enero del 2014, reflejan un aumento de 4,73%, es notable que su crecimiento fue mínimo si comparamos los crecimientos desde el 2009 al 2014 que aumentaron de manera general entre el 20,56% y 17,10%. Según Alberto Acosta Burneo, editor de la publicación Análisis Semanal, el menor incremento de la recaudación tributaria del primer mes del 2014 está ligado a las nuevas regulaciones de importaciones impuestas en Diciembre pasado.¹¹

Adicional, se aplican varias tasas por servicios aduaneros, incluyendo las tasas de almacenaje. Todo despacho de mercancías en el marco de los regímenes aduaneros especiales (excepto el régimen de depósito aduanero industrial) está sujeto a una tasa de control aduanero. La contribución al Fondo de Desarrollo para la Infancia (FODINFA) sigue siendo igual al 0,5 por ciento del valor c.i.f. de las importaciones, independientemente de su origen. Están exentos los insumos para fármacos de uso humano y veterinario.

¹¹ <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/02/28/nota/2250756/cifra-recaudacion-impuestos-bajo-su-ritmo>

En el primer semestre del 2013, SENA E cumplió en un 104,72% con la meta de Recaudación aprobada por el Ministerio de Finanzas. Los primeros meses del año 2013, reflejan un porcentaje de cumplimiento en las proyecciones, siendo el mes de Abril el más alto de todo el año con 111,63% de cumplimiento. La tabla siguiente muestra el porcentaje de cumplimiento mensual frente a la meta propuesta por el Ministerio de Finanzas.¹²

Recaudaciones Aduaneras 2013 (en millones de dólares)							
Concepto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Total
Recaudación 2013	\$323,91	\$263,30	\$275,97	\$309,02	\$323,53	\$286,52	\$1.782,25
Proyección 2013	\$292,27	\$249,36	\$292,01	\$276,82	\$294,35	\$297,18	\$1.702,00
% Cumplimiento Proyecciones 2013	110,82%	105,59%	94,51%	111,63%	109,91%	96,41%	104,72%

http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/Informe_Gestion_2013_01.pdf

La extrafiscalidad de los tributos deja claro que los encargados de la política económica no los utilizan únicamente como un instrumento recaudatorio para financiar el gasto, sino más bien, en muchos de los casos, los utilizan con fines sociales, regulatorios y económicos procurando lograr una eficiente distribución de la riqueza, medidas antiinflacionarias o activar el desarrollo¹³ económico.

V. Cambios en el sistema aduanero

Todos los importadores deben registrarse en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA E, después de obtener el Registro Único de Contribuyentes RUC expedido por el Servicio de Rentas Internas SRI. Cabe indicar que desde el año 2008 los mayores organismos de control como son SENA E y SRI están interconectados y sus sistemas muestran la información real requerida por cualquiera de los dos en línea.

A fin de facilitar el comercio, se ha modernizado el sistema de despachos; por ejemplo, se ha reducido el número de inspecciones físicas aleatorias que antes existía y ahora se evalúa con mayor énfasis y prioridad el riesgo de las importaciones.

En los últimos años Ecuador ha invertido en modernización aduanera que al parecer ha mejorado la capacidad del SENA E para alcanzar los objetivos planteados, ya que han logrado mayor recaudación de ingresos y una reducción efectiva de los plazos y costos de despacho. Han introducido procedimientos de inspección automáticos. Como resultado se ha obtenido que el número de inspecciones físicas disminuyó a un 16.7% en una revisión minuciosa realizada por la SENA E desde el año 2007, tiempo en el que se estaba planificando una nueva reforma a la Ley de Aduanas.

A partir del año 2012, SENA E implementó el sistema coreano ECUAPASS, un nuevo sistema aduanero transparente, eficiente y que quiere eliminar el uso del papel en su día a día. Con él se pretende garantizar el control aduanero, cuyo objetivo es optimizar e integrar en un único portal Web todos los procesos relacionados con la tramitación y emisión de documentos de control.

¹² http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/Informe_Gestion_2013_01.pdf

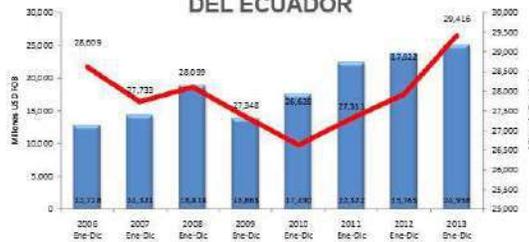
¹³ Soler Osvaldo, "Derecho Tributario: económico, constitucional, sustancial, administrativo, penal" Bs. As, (2001), Pág.25

A continuación está el gráfico que muestra la evolución trimestral del canal de Aforo Físico: ¹⁴



http://www.aduana.gob.ec/contents/popup/pop_resultados1.jsp

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES TOTALES DEL ECUADOR



Variancia % Ene-Dic	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	IFEA JUN-2013
En USD	1%	51%	-25%	25%	28%	9%	5%	18%
En TON	-3%	1.3%	-3%	-2%	1%	3%	3%	0.8%

Fuente: Banco Central del Ecuador, www.bce.fin.ec
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR



<http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/Evoluc-de-las-Exportaciones.jpg>

A continuación está el gráfico que muestra la evolución trimestral del canal de Aforo Automático: ¹⁶

¹⁴ http://www.aduana.gob.ec/contents/popup/pop_resultados1.jsp

¹⁵ <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/Evoluc-de-las-Exportaciones.jpg>

¹⁶ http://www.aduana.gob.ec/contents/popup/pop_resultados2.jsp



http://www.aduana.gob.ec/contents/popup/pop_resultados2.jsp

VI. Regulaciones en las importaciones

Las prohibiciones y restricciones a la importación afectan a numerosos productos, principalmente se aplican por motivos relacionados con asegurar la salud o la vida de las personas y de los animales o, la preservación de los vegetales, el medio ambiente, la inocuidad o la seguridad.

Sólo han pasado tres meses desde la oficialización de la Resolución 166 del Comex y modificaciones a la Resolución 002 del Comex y al Acuerdo 14114 del Ministerio de Industrias, para el Comité Empresarial Ecuatoriano (CEE) la situación es insostenible, por lo que piden reunión con el Primer Mandatario para realizar solicitudes puntuales inhabilitando las nuevas restricciones o tramitación para importar, ya que al parecer alrededor de 7000 empresas tienen problemas debido a ellas.

Es importante mencionar que ya existen restricciones y cupos para exportar e importar algunos productos desde el año 2008. Estas medidas han venido incrementándose hasta Diciembre del 2013, cuando se oficializó la famosa Resolución 116 donde se controla aún más el ingreso de materias primas y demás artículos de más de 300 subpartidas arancelarias; generando diferentes consecuencias de incertidumbre y disminución de utilidad en el sector privado. Sin embargo, lo que sí ha incrementado es el control e impuestos recaudados por parte del Estado.

Para iniciar podemos tomar, como fiel ejemplo del efecto que generan las restricciones y mayores controles en las importaciones dictaminadas en la Resolución 166 del Comex, el resultado de la comparación entre las importaciones realizadas en Enero del 2014 y las importaciones en Enero del 2013, que registrado:

A 30 de Enero de 2014.- 58% menos importaciones que en el 2013, equivalente a \$81.4 millones menos que en el 2013.

Por ejemplo, llegaron 76% menos desodorantes que en el 2013, y, así mismo, se han visto afectadas más de 70 subpartidas arancelarias, lo que representa algunos mercados de negocio, entre ellos los de fórmulas lácteas, maquillaje, material ferretero y metalmecánico, entre otros.

A 4 de Febrero de 2014.- SENAE registró una baja de USD85 millones en las compras en el extranjero durante el mes de Enero del 2014, en comparación con Enero del 2013. Esto corresponde a las 293 subpartidas con nuevas regulaciones INEN para poder ingresar al país, productos como jabones, champús, tintes, papas fritas y carnes.

Esto quiere decir que frente a la expectativa del Gobierno de reducir unos \$ 600 millones en importaciones en un año, esto significaría percibir \$ 90 millones menos en impuestos indirectos vinculados a importación.

Por otro lado, las empresas que traen al país productos vinculados a las partidas reguladas deben primero firmar un convenio con el Ministerio de Industrias, luego pasar por un registro de importación, validar la información, obtener una certificación del INEN, para finalmente poder comenzar con el trámite aduanero.

El ministro de Industrias y Productividad (Mipro), Ramiro González indicó que hay una tasa de crecimiento del 4,1%, superior a la media latinoamericana “gracias a las inversiones en infraestructura que ha realizado el Gobierno Nacional”, dijo. En la perspectiva de sustituir importaciones, generar mayor valor agregado en la producción nacional y diversificar la oferta exportable para impulsar la transformación de la matriz productiva, se ha firmado una serie de acuerdos entre el Gobierno y varias empresas, lo cual “incidirá directa y positivamente en la balanza comercial 2014, en aproximadamente USD390 millones”. Según el Ministro se han suscrito hasta la fecha 134 convenios entre diciembre de 2013 y la primera quincena de febrero de 2014. La proyección es de una reducción de importaciones en el 2014 en aproximadamente de USD200 millones; y un aumento y diversificación productiva de las exportaciones en alrededor de USD190 millones”. Según los cálculos oficiales, entre los sectores productivos que mayor sustitución de importaciones realizarán en el 2014, destacan el de electrónicos con USD84 millones y el de cosmético con USD 63 millones, seguidos por el de juguetes con USD16 millones, alimentos con USD8 millones y plásticos con USD 7.8 millones.

Al 25 de Febrero de 2014.- El sector importador aún mantiene inconvenientes para la nacionalización de varios insumos. Los empresarios consideran que debería ser SENAE, con su plataforma informática y su especialidad en comercio exterior, los encargados de manejar los cupos a las importaciones y no el Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN; puesto que esta institución se demora en la entrega de certificados de conformidad a los importadores, documentos necesarios para el ingreso de mercadería. Además la semana anterior SENAE anunció que por cada declaración aduanera DAE (documento para importar) las empresas tienen que obtener 1 Certificado de Reconocimiento emitido por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), no podrán utilizar un certificado anterior para una nueva importación, aunque se trate del mismo producto, como sí se lo realizó el pasado mes de Enero.

VI.- Ecuador: Efectos de las salvaguardias

15 de mayo de 2015

Gabriela Calderón de Burgos es editora de EICato.org, investigadora del Cato Institute y columnista de El Universo (Ecuador).

Hace dos meses el gobierno impuso las salvaguardias (impuestos) de entre 5% y 45% al 32% de las importaciones. El gobierno justificó esta medida diciendo que es necesaria para defender

la dolarización pues, según nos dicen, si no se reduciría tanto la cantidad de dólares en la economía que tendríamos una crisis. Esto es difícil de sostener considerando la experiencia reciente de economías dolarizadas que han registrado déficits de cuenta corriente, que incluye la balanza comercial, muy superiores a los de la economía ecuatoriana y no tuvieron ni crisis ni implementaron este tipo de medidas.¹

Luego también dijo el gobierno que estas eran medidas necesarias para no perder competitividad frente a nuestros rivales en exportaciones, cuyas monedas se estaban depreciando en relación al dólar. Las salvaguardias se presentaron como una protección de nuestros bolsillos y como un fomento a nuestras exportaciones. El gobierno nos aseguró que los precios no iban a subir, que no íbamos a sufrir escasez. ¿Qué ha pasado y qué podemos esperar?

Sobre la supuesta pérdida de competitividad de nuestras exportaciones debido a la apreciación del dólar, el argumento no se sostiene. El tipo de cambio real (TCR) nos dice cuántas canastas de productos de consumo de un país se requieren para comprar una canasta de productos transables (que se comercian a través de las fronteras).² La apreciación del TCR es dudoso que sea un buen indicador de competitividad, pero incluso considerándolo como indicador de la competitividad de un país, vemos en las estadísticas del Banco Central del Ecuador que Ecuador había venido perdiendo competitividad desde 2010 (el TCR se había venido apreciando), mientras que la apreciación del dólar recién se inicia en 2014.³ La restricción a la salida de divisas y luego a las importaciones tienen que ver con esa apreciación del TCR, y todas se iniciaron antes de la apreciación del dólar.

¿Subieron los precios como resultado de las salvaguardias? Efectivamente sí. Era de esperar que la inflación de marzo no registre mayor novedad dado que las salvaguardias recién se implementaron casi a la mitad de ese mes. Pero la inflación mensual de abril de 2015 de 0,84%, siendo la más alta de los últimos 7 años si se la compara con el mismo mes de otros años,⁴ nos indica que sí ha habido un incremento significativo en los precios y la medida que más parece explicarlo son las salvaguardias.

Como estamos dolarizados (y si seguimos dolarizados), esta no será una inflación sostenida, sino que probablemente solo derive en una mayor tasa de inflación anual para el año 2015 en relación al 2014. La inflación sostenida que padecen países con moneda propia como Argentina y Venezuela se debe a que una creciente cantidad de circulante persigue la misma cantidad de productos.

El beneficio de estar dolarizados es que aún cuando crece el circulante en la economía ecuatoriana por encima del crecimiento de la producción de bienes y servicios locales, no sufrimos inflación sostenida debido a que los ecuatorianos podemos ejercer poder de compra a nivel universal. El circulante adicional encuentra una válvula de escape en las importaciones. Este es el ajuste automático que se daría si la mano torpe del gobierno no estuviese impidiendo el libre comercio y flujo libre de capitales.¹⁷

¹⁷ <http://www.elcato.org/ecuador-efectos-de-las-salvaguardias>. Este artículo fue publicado originalmente en El Universo (Ecuador) el 15 de mayo de 2015

Las nuevas normas en las importaciones 4x4

Los cambios en el sistema de importación 4x4 (hasta 4 kilos y USD 400) fueron aprobados por el Gobierno, pero se aplicarán luego de 30 días de publicarse en el Registro Oficial. Así consta en la Resolución 23 del Comité de Comercio Exterior (Comex), que establece nuevas regulaciones sobre el mecanismo que permite importar, libre de impuestos, paquetes de hasta cuatro kilos y hasta USD 400, vía courier. El documento, sobre el cual ya se estaba comentando desde el pasado jueves se hizo público, oficialmente, la tarde de ayer a través de un comunicado emitido por el Ministerio de Comercio Exterior. Esto, pese a que la mañana de ayer el ministro de Industrias Ramiro González, en entrevista con EL COMERCIO, indicó que todavía estaban estudiando la resolución del Comex. “Estamos estudiándolo todavía. Realmente no está terminado el estudio. Vamos a oírles a los couriers para ver cuál es la propuesta para frenar, de alguna manera, a la gente que hace negocio con esto”. Esto último tiene relación a la denuncia que el Ministro realizó hace un par de meses, cuando dijo que los ciudadanos abusaron del mecanismo al comprar productos para comercializarlos dentro del país, lo cual perjudica a empresas nacionales, principalmente de la industria textil. El Sistema 4x4 surgió en el 2008 a través del Decreto Ejecutivo 867 A, vinculado a tratamiento especial para mercancías. La idea original era ayudar a los migrantes a que envíen, con mayores facilidades, productos para sus familiares en el Ecuador. Hasta antes de emitirse la nueva resolución del Comex, los paquetes que cumplían los requisitos del sistema 4x4 ingresaban sin pagar ni aranceles ni tasas. Ahora, adicional a la tasa de USD 42, el Comex estableció un cupo anual de compra de USD 1200 o hasta cinco importaciones anuales. De sobrepasar las cantidades establecidas, la persona deberá cancelar los aranceles establecidos para los diferentes productos y la mercadería será ubicada en la categoría de importación que le corresponda de acuerdo a la Aduana. Esto ha generado malestar en couriers como Ultrabox. Ximena Cevallos, representante de esta firma, señaló la tarde de ayer que las compras a través del sistema caerán hasta un 70%, lo que representará un perjuicio para su negocio. Asimismo, se mostró confundida con el artículo uno de la Resolución, que establece que las importaciones a través de tráfico postal internacional no pagarán ni la tasa ni enfrentarán el cupo anual de compra. “Falta aclarar a qué se refieren con paquetes que llegan a través de tráfico postal internacional. En segundo lugar, solo se estaría afectando a los couriers y no a las empresas establecidas en esa categoría”. Hasta ayer, el sistema 4x4 se aplicaba por igual tanto para tráfico postal internacional como para couriers (mensajería de mayor rapidez). Ahora el sistema se divide en dos categorías diferentes. Ante esto Pablo Arosemena, presidente de la Cámara de Comercio de Guayaquil, indicó que la tasa debe ser técnica e igual para todos, “no una cosa para los couriers privados y otra para, por ejemplo, la empresa Correos del Ecuador”, que comenzó a dar el servicio a través del sistema cuatro por cuatro en marzo del 2010. Arosemena asegura que ahora las empresas de courier enfrentarán un impacto tanto en sus ventas como en el empleo que genera cada una de ellas. “Las importaciones del 2013 por courier fueron el 0,8% del total de compras del país. Entonces, para controlar salida de dólares no es un tema relevante, no habría un impacto. Pero si lo que buscan es de alguna forma favorecer artificialmente al sector industrial textil, la mejor forma sería ponerlos a competir”, manifestó. Lo dice porque el cambio de reglas en este sistema de importación fue impulsado por la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE), la cual explicó que las compras de ropa y zapatos en el

exterior bajo el sistema 4x4 representan alrededor del 60%, lo cual estaba afectando a la industria. Además, la AITE señaló que se abusó del sistema cuando la gente comenzó a comprar productos para el comercio. Se instalaron boutiques o se vendía ropa en diferentes domicilios. Los couriers, por su parte, indicaron que a través del registro de cédulas de los compradores se puede regular estos abusos y que, además, cada empresa tiene una política para enfrentar estos ilícitos. Otros datos La Aduana tiene en su página web los mecanismos para la importación de diferentes productos a través de courier. Esto se dividen en seis categorías, en orden alfabético, de la A a la F. En la categoría B se encuentran las compras a través del sistema cuatro por cuatro. Allí se establece que no se podrá traer dinero a través de esa vía. Este mecanismo solo es de aplicación para las personas naturales.¹⁸

Menos Opciones Tras Nuevas Reglas Para Importar

En las perchas de supermercados y despensas la variedad de productos ha disminuido. Hay menos marcas de margarinas, por ejemplo. Y no se trata de un día en el que el carro repartidor no llegó con las mercancías, las estadísticas del Banco Central dan cuenta del porqué: en enero del 2013 se importaron 9,67 toneladas (t) de este producto, mientras en el mismo mes del 2014, ninguna.

Los consumidores observan también menos variedades de jabones de tocador incluidos los medicinales, embutidos, manjar o dulce de leche, jamón, mantequilla, por citar algunos casos en los que la importación se redujo. Los compradores han tenido menos opciones de escoger 'queso fresco (sin madurar), incluido el del lactosuero, y requesón', por ejemplo. Este producto no registra importación alguna en enero pasado frente a las 15,90 t que ingresaron en enero del 2013.

Un cambio drástico que obedece a una política gubernamental, que los economistas denominan sustitución de importaciones, para suplir estas mercancías con producción local, en el marco del cambio de la matriz productiva. La meta del Gobierno es reemplazar \$ 6.000 millones de importaciones hasta el 2017. El déficit de la balanza comercial tuvo un saldo negativo de \$ 1.085 millones (por más compras al exterior de lo que se vendió) en el 2013.

"Es cuestión nomás de ir acostumbrándonos al consumo de lo nuestro", decía el ministro de Industrias, Ramiro González, el 17 de marzo pasado en Quito, en una cita con palmicultores.

Y para conseguirlo está en vigencia desde el 3 de diciembre pasado una normativa, la N° 116 del Comité de Comercio Exterior (Comex), que implica una restricción indirecta de importaciones al exigir 'certificados de reconocimiento INEN I' a productos incluidos en 308 subpartidas de sectores como la producción de alimentos, automotriz, cosméticos, juguetes, textil, etc.

La normativa implica el cumplimiento de una serie de normas técnicas, como el etiquetado, que los importadores deben acatar desde diciembre pasado para obtener el documento que da el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), que les permite desaduanizar los productos.

"En total tenemos 6.200 normas de calidad, se hizo en muy poco tiempo" en referencia a las 3.200 reglas recién creadas por el INEN, dijo González el jueves pasado durante una rendición de cuentas en Quito. Son normas que se han ido flexibilizando a medida que el Gobierno firma

¹⁸ <http://www.elcomercio.com/actualidad/nuevas-normas-importaciones-4x4-ecuador.html>

convenios con los sectores involucrados a cambio de que se comprometan a reemplazar esas importaciones.

La normativa N° 116 se aplicó trece días después de que fue aprobada por el Comex. Empresarios y dirigentes gremiales de varios sectores coinciden en un tema: No estaban preparados.

Aunque el Gobierno insiste en que no hay desabastecimiento ni encarecimiento, lo cierto es que las normas han afectado el ingreso de materias primas para la fabricación de productos de consumo local y de exportación.

Cifras del Banco Central indican un resultado preliminar: el volumen de bienes de consumo importados fue de 77 t en enero de este año (igual que en enero del 2013), mientras que hay una reducción en el ingreso de materias primas, que pasó de 744 t en enero del 2013 a 583 t en el mismo mes del 2014.

Los artesanos, por ejemplo, ven que hay escasez de yeso que importan de Perú para hacer alcancías. Los atuneros, en cambio, se han quejado ante el presidente de la Cámara de Comercio de Guayaquil, Eduardo Peña, sobre los problemas para proveerse del barniz para pintar las latas. “El costo de cumplir estos requisitos, los importadores van a trasladarlos al consumidor”, afirma Peña.

Y en el sector automotor, que desde el 2011 cumple regulaciones que limitan la importación de autos vía cupos y aranceles, la normativa 116 está demorando el ingreso de repuestos como compresores para aires acondicionado, mangueras para radiadores y lubricantes, según Jaime Cucalón, presidente de la Asociación Ecuatoriana Automotriz (AEA).

El tiempo para obtener los certificados INEN es de hasta quince días, le han dicho los importadores a los dirigentes, lo que implica el pago de más días de bodegaje. A ello se suma el encarecimiento de los vehículos importados por aranceles establecidos desde el 2011 para impulsar a las ensambladoras: “Hasta qué punto es viable sostener un beneficio mientras estos ensambladores no han podido llegar ni al 30% de componente local (en promedio cubren el 12% con partes nacionales)”, señala Peña.

De las cuatro ensambladoras locales, Ciudad del Auto (Ciauto), la última instalada en febrero del 2013 en Ambato donde ensambla los carros de la marca china Great Wall, aún espera que el Comex le defina el cupo de importación de las partes desarmadas para el ensamblaje.

Sectores como el calzado y textiles están inmersos desde antes en procesos iniciados por el Gobierno para frenar las importaciones con la aplicación de mayores aranceles y salvaguardias.

En enero del 2008, el Comex estableció una salvaguardia para los zapatos importados de \$ 10 por cada par, más 10% de recargo sobre el valor. Y más de dos años después, en febrero del 2010, el Gobierno decidió mantener un arancel mixto de \$ 6 por cada par de zapatos, más el 10% sobre el valor del producto. A seis años de estas medidas, hay más calzado local en las perchas, pero la competencia se complica ante el ingreso de zapatos chinos a bajo costo. Las importaciones de zapatos sobrepasaron los \$ 160 millones en el 2013, según cifras de la Cámara Nacional de Calzado. Factores como la falta de mano de obra calificada y materia prima nacional de mala calidad han jugado en contra, según fabricantes de calzado consultados.

La misma situación se da en el sector de textiles. Con la diferencia de que en este caso el factor en contra es el ingreso de productos textiles por contrabando, afirma Javier Díaz, presidente de la Asociación de Industriales Textiles. Un estudio realizado por este gremio indica que el 35% de la ropa, el 52% de textiles de hogar y el 32% de telas ingresaron al país de forma ilegal durante el 2013.

A más del impacto en el consumidor, los controles más severos para la importación han evidenciado las falencias del sistema de producción local, coinciden analistas económicos consultados por este Diario. "En el caso de los bienes de consumo se ha importado el mismo volumen, pero a un costo menor (\$ 348 millones en enero de este año frente a los \$ 405 millones de enero del 2013)", dice Fausto Ortiz, exministro de Economía.

Manuel Chiriboga, analista experto en comercio exterior, cree que estas nuevas normas requieren una acción estatal más planificada para identificar los sectores con más potencial y apoyarlos con créditos y así ir a un reemplazo de importaciones.

La calidad de los productos nacionales que suplan a los importados es otra preocupación. Simón Araque, coordinador del Observatorio de Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) de la Universidad Andina Simón Bolívar, dice que falta preparación en este sector para que se dé una fabricación de mejor calidad.

CINCO SECTORES

Calzado

Mejorar producción, el objetivo

Pese a las medidas de protección para la industria de calzado fijadas por el Gobierno, entre el 2008 y el 2010, que significaron un crecimiento del 5% anual, según el Ministerio de la Producción, desde el 2012 el sector no experimenta ese mismo avance. Lilia Villavicencio, presidenta de la Cámara del Calzado, afirma que entre las dificultades para aumentar su producción está la falta de acceso rápido a líneas de crédito que otorga la Corporación Financiera Nacional.

32MILLONES de pares de zapatos fueron producidos en el 2013 a nivel nacional. En el 2008 se llegó a 15 millones

Juguetes

Con trabas tecnológicas

En el país se comercializaron 113.950 vehículos en el 2013. El 54% de estos fueron importados y el 46% los ensambló la industria local. Para Manuel Murtinho, gerente de la Asociación Ecuatoriana Automotriz, el tamaño del mercado local no justifica la instalación de una industria que fabrique toda la cadena de repuestos que se necesita. "Una parte se puede cubrir en lo local, pero un carro tiene hasta 16 mil partes y hay más de mil modelos", dice Murtinho.

45 MIL vehículos se importaron el año pasado de países como Corea del Sur, Estados Unidos, México.

Cosméticos

Créditos, necesidad del sector

Luego de la confusión y el nerviosismo generado por la Resolución 116 del Comex, de diciembre pasado, el sector cosmético espera que se concrete la entrega de líneas de crédito

flexibles y a mayor plazo de la parte estatal para financiar el crecimiento de la industria. María Fernanda León, presidenta de Procosméticos, afirma que si los procesos para importar materia prima e insumos fluyen, la industria de cosméticos espera superar su crecimiento anual del 8%.

\$ 250 MILLONES importó el sector de cosméticos en el 2013 y las exportaciones llegaron a \$50 millones.

Textiles

Sector con crecimiento lento

El sector textil espera que el Gobierno tome acciones firmes de vigilancia y control contra el contrabando y los productos importados de su área, para dejar de crecer lentamente como lo vienen haciendo desde el 2011. Javier Díaz, presidente de la Asociación de Industriales Textiles, cree que una protección cortoplacista, como la del 2009- 2010, no deja empresas fuertes sino “ganancias del momento”.

\$ 800 MILLONES se importaron al Ecuador en el 2013 en el sector textil. Las exportaciones fueron de \$ 110 millones.

“El ingreso de yeso al país, que viene de Perú, está afectado por las medidas para importar. Esto podría alentar a que (esta materia prima) entre por los pasos fronterizos ilegales del país”.

Luis Nieto, Cámara de Artesanos de Pichincha

“Toca de ley salir a ver materia prima en otros países, porque de haber (en el país) existe, pero no en la calidad que uno quiere para permanecer en el mercado”.

Eliecer Valdospín, fabricante de calzado

“La más efectiva (forma de controlar el contrabando) es con la valoración en la aduana y vigilar los mercados. Encontrar productos que no tenga etiquetas”.

Javier Díaz, Asociación de Industriales Textiles

“Hay que tener cuidado con el reemplazo de importaciones porque necesitamos ciertos productos, como la pintura no tóxica para pintar los juguetes, que aquí no hay”.

Mónica Díaz, fabricante de juguetes.¹⁹

VII. Análisis legal:

El actual texto Constitucional Ecuatoriano en su artículo 300, vigente a partir del año 2008, establece: “El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos. La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, conductas ecológicas, sociales y económica responsables.” Un ejemplo claro de la aplicación de esta garantía constitucional es el ISD, puesto que lo que se pretende es la regularización de la fuga del capital productivo, el incentivo del empleo y por sobre todo incrementar los niveles de Producto Interno Bruto (PIB) en el Ecuador.

¹⁹ <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/03/30/nota/2519376/menos-opciones-tras-reglas-importar>. Domingo, 30 de marzo, 2014

Capítulo cuarto

Soberanía económica

Sección primera

Sistema económico y política económica

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Sección segunda

Política fiscal

Art. 285.- La política fiscal tendrá como objetivos específicos:

1. El financiamiento de servicios, inversión y bienes públicos.
2. La redistribución del ingreso por medio de transferencias, tributos y subsidios adecuados.
3. La generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía y para la producción de bienes y servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables.

Sección quinta

Régimen tributario

Art. 300.- El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos.

La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables.

Art. 301.- Sólo por iniciativa de la Función Ejecutiva y mediante ley sancionada por la Asamblea Nacional se podrá establecer, modificar, exonerar o extinguir impuestos. Sólo por acto normativo de órgano competente se podrán establecer, modificar, exonerar y extinguir tasas y contribuciones. Las tasas y contribuciones especiales se crearán y regularán de acuerdo con la ley.

Sección séptima

Política comercial

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.

6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

Art. 305.- La creación de aranceles y la fijación de sus niveles son competencia exclusiva de la **Función Ejecutiva**.

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

Sección octava

Sistema financiero

Art. 308.- Las actividades financieras son un servicio de orden público, y podrán ejercerse, previa autorización del Estado, de acuerdo con la ley; tendrán la finalidad fundamental de preservar los depósitos y atender los requerimientos de financiamiento para la consecución de los objetivos de desarrollo del país. Las actividades financieras intermediarán de forma eficiente los recursos captados para fortalecer la inversión productiva nacional, y el consumo social y ambientalmente responsable.

El Estado fomentará el acceso a los servicios financieros y a la democratización del crédito. Se prohíben las prácticas colusorias, el anatocismo y la usura.

La regulación y el control del sector financiero privado no trasladarán la responsabilidad de la solvencia bancaria ni supondrán garantía alguna del

Estado. Las administradoras y administradores de las instituciones financieras y quienes controlen su capital serán responsables de su solvencia.

Se prohíbe el congelamiento o la retención arbitraria o generalizada de los fondos o depósitos en las instituciones financieras públicas o privadas.

Ley Orgánica De Aduanas.

Art. 1.- **Ámbito de aplicación.-** La presente Ley regula las relaciones jurídicas entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías dentro del territorio aduanero. Mercancías son los bienes corporales muebles de cualquier clase.

En todo lo que no se halle expresamente previsto en esta Ley, se aplicarán las normas del Código Tributario y más leyes generales y especiales.

Art. 6.- **Sujeción a la Potestad Aduanera.-** Las personas que realicen actos que impliquen la entrada o salida de mercancías, las mercancías y los medios de transporte que crucen la frontera, están sujetos a la Potestad Aduanera.

Art. 7.- **Alcance de la Sujeción.-** La sujeción a la potestad aduanera comporta el cumplimiento de todas las formalidades y requisitos que regulen la entrada o salida de mercancías; el pago de los tributos y demás gravámenes exigibles que aunque correspondan a diferentes órganos de la administración central o a distintas administraciones tributarias, por mandato legal o reglamentario, debe controlar o recaudar la Aduana.

Art. 8.- **Facultades de la Aduana.-** Son facultades de la Aduana, las siguientes:

- a) Aprender las mercancías no declaradas o no manifestadas y los objetos abandonados en las proximidades de las fronteras;
- b) Inspeccionar todo medio de transporte que se dirija al exterior o proceda de él;
- c) Aprender a las personas y medios de transporte que trafiquen con sustancias estupefacientes y sicotrópicas y ponerlos a órdenes de la autoridad competente;
- d) Someter a inspección personal a quienes crucen la frontera, cuando exista la presunción de delito aduanero;
- e) Aprender objetos o publicaciones que atenten contra la seguridad del Estado, la salud o moral públicos de conformidad con las leyes y reglamentos respectivos;
- f) Recibir declaraciones e informaciones y realizar las investigaciones necesarias para el descubrimiento, persecución y sanción de las infracciones aduaneras;
- g) Proceder a la captura de los presuntos responsables en los casos de delito flagrante, conforme a lo que se dispone en el Código Tributario;
- h) Ejercer la acción coactiva directamente o mediante delegación; e, i)

Las demás atribuciones que señalen la Ley y su Reglamento.

Art. 9.- Tributos al Comercio Exterior.- Los tributos al Comercio Exterior son:

- a) Los derechos arancelarios establecidos en los respectivos aranceles;
- b) Los impuestos establecidos en leyes especiales; y,
- c) Las tasas por servicios aduaneros.

La Corporación Aduanera Ecuatoriana mediante Resolución creará o suprimirá las tasas por servicios aduaneros, fijará sus tarifas y regulará su cobro.

Conclusiones

- *Dornbush (1997) también sostiene que aunque el impuesto sea bueno, por sí solo no logra un gran objetivo, es decir tiene limitaciones. "... no da a los gobiernos espacio para aplicar políticas que deterioren las perspectivas a largo plazo para el capital, sin generar un impacto en las condiciones del mercado de divisas..."*
- Es notable que gracias a la aplicación de nuevas leyes aduaneras y demás regulaciones en el transcurso de los últimos 5 años, a través de un nuevo sistema tecnológico, el gobierno ecuatoriano ha logrado tal vez controlar la evasión de impuestos y recuperar impuestos superiores a los presupuestados, pero ciertamente, ha logrado tener un mayor control de las actividades de comercio exterior que alimentan significativamente su balanza comercial; y continua trabajando incrementando controles y restricciones, fomentando así la producción nacional y disminuyendo sus importaciones.
- Respecto a la Resolución 116 emitida oficialmente en Diciembre del 2013, los sectores involucrados tienen que encontrar una solución pronto respecto a las nuevas restricciones y controles, en conjunto con el gobierno y demás autoridades, ya que aún se enfrentan trabas en la tramitación de requisitos de importación y demás controles, como detallo en los párrafos anteriores, lo cual afecta no sólo a empresarios sino a todos los involucrados de aquellos negocios, teniendo en cuenta que en cada importación han aumentado los trámites, costos en base a tiempos y, todos van contra el tiempo. Además de decaer los mismos ingresos que el Estado estima percibir por producción o comercialización de productos fabricados con materia prima importada, mencionando que a ciertos negocios les conviene más importar su materia prima que comprarla localmente. Ciertamente el gobierno optó por prestar toda la ayuda necesaria y posible a las productoras nacionales para incrementar rápidamente su producción y poder abastecer el mercado local. Todos estos cambios y sus afectaciones están siendo monitoreados por las autoridades, por las asociaciones y Cámaras respectivas.
- *Salvaguardar la soberanía nacional de la inversión extranjera en ciertos sectores, considerados estratégicos y de interés nacional (...).*
- *Para el derecho Tributario, la Justicia Tributaria es de gran importancia en su razón de ser y sus criterios a seguir. Así lo explica el autor Sainz de Brujanda (2000), quien afirma: "... en realidad el tema de justicia tributaria no es un tema frívolo, destinado a aparecer o desaparecer al compás de la moda o de la fantasía de los autores. Es un tema perdurable porque no es sino especificación del tema de la justicia. No hay escape; el tributo es justo, o no es legítima su recaudación..."*

Recomendaciones:

- Flexibilizar los procesos para las empresas
- Incluir mayor producto nacional se puede trabajar en la incorporación de más excipientes y la fabricación de envases primarios y secundarios. No solo una industria falsa. Así funciona el sector farmacéutico a escala de todo el planeta"
- Exportar productos ecuatorianos reconocidos por su alta calidad

Bibliografía:

Referencias Bibliográficas

- Constitución del Ecuador 2008, actual
- "Impuesto A La Salida De Divisas Y Su Efecto En La Recaudación Tributaria. Período 2008 – 2010". Tesis previa a la obtención del Título de Magister en Administración Tributaria. Autor: Econ. Gustavo Chusán Ibarra. Cuenca – Ecuador. 2012
- Leyes y Reglamentos
- Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria, R.O 242 del (29 de diciembre de 2007).
- Ley de fomento Ambiental y optimización de los ingresos del Estado,
- R.O 583, del (24 de noviembre de 2011).
- Ley de Régimen Tributario Interno con las Reformas de la Ley de fomento Ambiental y optimización de los ingresos del Estado. R.O 583, del (24 de noviembre de 2011).
- Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno,
- R.O Suplemento 209 (08 de junio de 2010).
- Reglamento para la aplicación de la Ley de fomento Ambiental y optimización de los ingresos del Estado, R.O 987 del (30 de diciembre de 2011).
- Reglamento para la aplicación del Impuesto a la Salida de Divisas, R.O 336, del (19 de junio de 2012).
- Resolución SRI - NAC-DGERCGC12-00102.
- Resolución SRI - NAC-DGERCGC12-00413

²⁰ Valencia Ramos, J.A.: "El impuesto de Tobin, ¿un instrumento de política económica para reducir los riesgos de crisis financiera internacional o un instrumento que obstaculiza la globalización financiera?" en Contribuciones a la Economía, (mayo 2009) en <http://www.eumed.net/ce/2009a/>

REFERENCIAS

- Calderón de Burgos, Gabriela. "¿Por qué tanto aspaviento?". ElCato.org. 6 de marzo de 2015.
- Harberger, Arnold. "Lessons From Monetary and Real Exchange Rate Economics". Cato Journal, Vol. 28, No. 2 (Primavera, Verano 2008).
- Información Estadística Mensual No. 1958, Abril de 2015. Sección 3.4.1.
- Presentación de Índices de Precios al Consumidor, Abril de 2015. Ecuador en Cifras de Janvry, A. & Sadoulet, E. 1995. Quantitative Development Policy Analysis. Baltimore and London, The John Hopkins University Press.
- FAO. 1999. El Acuerdo sobre la agricultura de la Ronda Uruguay: repercusiones en los países en desarrollo - un Manual de capacitación. Materiales de capacitación para la planificación agrícola No. 41. Roma.
- Gittinger, P.J. 1982. Economic Analysis of Agricultural Projects. Second Edition. Baltimore and London, John Hopkins University Press.
- (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2014)
- (SICE, 2014)
- (VITERI DIAZ, 2013)
- (SENAE, 2014)

- (REVISTA GESTION, 2014)

- (UNIVERSO, 2014)

013. LA TRANSPARENCIA Y LA RENDICIÓN DE CUENTAS EN LA GESTIÓN PÚBLICA.

Autor:

Ab. Roger Nieto Maridueña, Msc.
Universidad Tecnológica ECOTEC
Docente Investigador
rnieto@ecotec.edu.ec

Resumen:

La Constitución de la República consagra como un derecho del ciudadano el recibir información de las entidades y organismos públicos, a su vez, la Norma Suprema señala a la transparencia como uno de los principios por los que debe regirse la administración pública en todos sus niveles de gobierno; en ese sentido, la transparencia y la rendición de cuentas constituyen herramientas fundamentales para la elaboración de programas, planes y proyectos de índole gubernamental, y, su posterior verificación a través la labor fiscalizadora que debe realizar todo ciudadano al exigir que en los portales web conste la información que atañe a los mismos o en su defecto, exigiendo mediante peticiones la entrega de dicha información a las autoridades públicas, que deben al finalizar cada ejercicio fiscal, rendir cuentas sobre la gestión realizada en comparación con la planificada, los recursos empleados y los procedimientos con los cuales se concretaron.

Palabras clave: Transparencia, rendición de cuentas, Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, información, control social, veedurías, difusión.

INTRODUCCIÓN

Objetivo general:

Realizar un análisis de la figura jurídica de la transparencia de la gestión pública y la rendición de cuentas en la realidad jurídica y fáctica ecuatoriana, a efectos de concluir si el ciudadano tiene un verdadero acceso a la información pública que le permita ejercer su derecho de fiscalizador del accionar del Estado, en sus diferentes instancias gubernamentales.

Objetivos específicos

- Conocer el alcance jurídico del derecho a la información pública contrastada con la transparencia a la información que deben ofrecer las entidades de las distintas administraciones públicas al ciudadano.

- Determinar cuál es la información pública que por mandato legal está obligada a proporcionar el Estado Ecuatoriano a los administrados.
- Establecer la existencia de los mecanismos administrativos y judiciales mediante los cuales el interesado puede hacer efectivo en la praxis su derecho a recibir información pública de una manera totalmente opuesta a la que le fue denegada por acción u omisión burocrática..
- Comprobar cuales son las falencias que se producen entre la deontología y la ontología jurídicas de la institución del derecho constitucional a la información y la obligatoriedad de la gestión pública de rendir cuentas a los ciudadanos.

DESARROLLO

Qué es transparencia. -

El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define a la transparencia como “la cualidad de ser transparente” (Real Academia Española).

En el ámbito de la Administración Pública, debemos entender dicho término, como el dar acceso a los administrados a la información sobre todo lo que se ha hecho dentro de la organización, a efectos de mostrar la utilización de buenas prácticas en la gestión de los fondos y la consecución de los fines por los que fue creada.

Qué es rendición de cuentas.-

El Consejo de Participación Ciudadana y Control Social considera que la rendición de cuentas en el Ecuador es “un proceso mediante el cual quienes toman decisiones sobre la gestión de lo público, cumplen su deber y responsabilidad de explicar, dar a conocer o responder a la ciudadanía sobre el manejo de lo público y sus resultados logrados: La ciudadanía evalúa dicha gestión o manejo” (Consejo de Participación Ciudadana y Control Social)

Se analizan conjuntamente la transparencia de la información pública y la rendición de cuentas porque a criterio de la doctrina, en especial, de la transparencia está compuesta de dos elementos principales, por un lado el ejercicio del derecho a la información gubernamental, en el que la autoridad se limita a dar acceso a la información pública a petición de una persona, y por el otro la oferta de la información pública, es decir, la que de oficio presenta la autoridad” (Fierro & Gil- García, 2011)

El Derecho Constitucional a la Información.-

La Constitución de la República del Ecuador en sus artículos 18, 19 y 20, desarrolla el derecho de los habitantes a la información, entendiéndose que todas las

personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a buscar, recibir, intercambiar, producir, y difundir información, veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de: hechos, acontecimientos y procesos de interés general con responsabilidad ulterior

Principalmente se tiene el derecho de acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existiendo reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En los caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública puede negar información.

La transparencia y la rendición de cuentas como mecanismos constitucionales de fortalecimiento de la democracia y principios inherentes a la administración pública.-

La Constitución del Ecuador en su artículo 96 reconoce todas las formas de organización de la sociedad, como expresión de la soberanía popular para desarrollar procesos de autodeterminación e incidir en las decisiones y políticas públicas y en el control social de todos los niveles de gobierno, así como de las entidades públicas y de las privadas que presten servicios públicos (Asamblea Nacional Constituyente).

Además la citada norma considera que las organizaciones pueden articularse en diferentes niveles para fortalecer el poder ciudadano y sus formas de expresión; deben garantizar la democracia interna, la alternabilidad de sus dirigentes y la rendición de cuentas.

El constituyente consideró que en todos los niveles de gobierno se deben conformar instancias de participación integradas por autoridades electas, representantes del régimen dependiente y representantes de la sociedad del ámbito territorial de cada nivel de gobierno, que funcionarán regidas por principios democráticos, para fortalecer la democracia con mecanismos permanentes de transparencia, rendición de cuentas y control social; mediante audiencias públicas, veedurías, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios y las demás instancias que promueva la ciudadanía (Asamblea Nacional Constituyente).

La transparencia es uno de los principios por de la administración pública que contempla nuestra Carta Magna en su artículo 227; el cual conjuntamente con el mecanismo constitucional de la rendición de cuentas, lo vemos en plena ejecución cuando se trata de: programas financiado con recursos públicos, instituciones y entidades que reciban o transfieran bienes o recursos públicos, universidades y escuelas politécnicas, entidades culturales que reciben fondos públicos.

La difusión de la información pública.-

De acuerdo al artículo 5 de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública se considera información pública, todo documento en cualquier

formato, que se encuentre en poder de las instituciones públicas y de las personas jurídicas de derecho público o privado en las que tenga participación del Estado o sean sus concesionarios, contenidos, creados u obtenidos por ellas, que se encuentren bajo su responsabilidad o se hayan producido con recursos del Estado (Asamblea Nacional).

La información que no es considerada pública se le da un tratamiento de confidencial, es decir, que se considera como tal a aquella información pública personal que no está sujeta al principio de publicidad y comprende aquella derivada de los derechos personalísimos y fundamentales.

La antes mencionada norma, en su artículo 7 establece un mandato a todas las entidades que son consideradas públicas por mandato constitucional , consistiendo en la difusión a través de un portal de información o página web, así como de los medios necesarios a disposición del público, de la siguiente información mínima actualizada:

- Estructura orgánica funcional, base legal que la rige, regulaciones y procedimientos internos aplicables a la entidad; las metas y objetivos de las unidades administrativas de conformidad con sus programas operativos;
- El directorio completo de la institución, así como su distributivo de personal;
- La remuneración mensual por puesto y todo ingreso adicional, incluso el sistema de compensación, según lo establezcan las disposiciones correspondientes;
- Los servicios que ofrece y las formas de acceder a ellos, horarios de atención y demás indicaciones necesarias, para que la ciudadanía pueda ejercer sus derechos y cumplir sus obligaciones;
- Texto íntegro de todos los contratos colectivos vigentes en la institución, así como sus anexos y reformas;
- Se publicarán los formularios o formatos de solicitudes que se requieran para los trámites inherentes a su campo de acción;
- Información total sobre el presupuesto anual que administra la institución, especificando ingresos, gastos, financiamiento y resultados operativos de conformidad con los clasificadores presupuestales, así como liquidación del presupuesto, especificando destinatarios de la entrega de recursos públicos;
- Los resultados de las auditorías internas y gubernamentales al ejercicio presupuestal;
- Información completa y detallada sobre los procesos precontractuales, contractuales, de adjudicación y liquidación, de las contrataciones de obras,

adquisición de bienes, prestación de servicios, arrendamientos mercantiles, etc., celebrados por la institución con personas naturales o jurídicas, incluidos concesiones, permisos o autorizaciones;

- Un listado de las empresas y personas que han incumplido contratos con dicha institución;
- Planes y programas de la institución en ejecución;
- El detalle de los contratos de crédito externos o internos; se señalará la fuente de los fondos con los que se pagarán esos créditos. Cuando se trate de préstamos o contratos de financiamiento, se hará constar, como lo prevé la Ley Orgánica de Administración Financiera y Control, Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado y la Ley Orgánica de Responsabilidad y Transparencia Fiscal, las operaciones y contratos de crédito, los montos, plazo, costos financieros o tipos de interés;
- Mecanismos de rendición de cuentas a la ciudadanía, tales como metas e informes de gestión e indicadores de desempeño;
- Los viáticos, informes de trabajo y justificativos de movilización nacional o internacional de las autoridades, dignatarios y funcionarios públicos;
- El nombre, dirección de la oficina, apartado postal y dirección electrónica del responsable de atender la información pública de que trata esta Ley;
- Los organismos de control del Estado, adicionalmente, publicarán el texto íntegro de las resoluciones ejecutoriadas, así como sus informes, producidos en todas sus jurisdicciones;
- El Banco Central, adicionalmente, publicará los indicadores e información relevante de su competencia de modo asequible y de fácil comprensión para la población en general;
- Los organismos seccionales, informarán oportunamente a la ciudadanía de las resoluciones que adoptaren, mediante la publicación de las actas de las respectivas sesiones de estos cuerpos colegiados, así como sus planes de desarrollo local; y,
- La información deberá ser publicada, organizándola por temas, items, orden secuencial o cronológico, etc., sin agrupar o generalizar, de tal manera que el ciudadano pueda ser informado correctamente y sin confusiones.

Procedimiento administrativo para acceder a la información pública.-

Toda persona que desee acceder a información pública que reposa, manejan o producen las entidades del sector público y de las personas jurídicas de derecho público, deberá hacerlo, de acuerdo a lo que señala el artículo 19 de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, mediante solicitud escrita dirigida al titular de la institución. En dicha solicitud deberá constar en forma clara la identificación del solicitante y la ubicación de los datos o temas motivo de la solicitud, la cual será contestada en el plazo diez días, mismo que puede prorrogarse por cinco días más, por causas debidamente justificadas e informadas al peticionario (Asamblea Nacional).

El solicitante debe tener claro que la publicidad de la información tiene los límites establecidos en el artículo 20 de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, esto es, que las entidades de la administración pública no están obligadas a crear o producir información, con la que no dispongan o no tengan obligación de contar al momento de efectuarse el pedido. Siempre en dicha situación, la institución comunicará por escrito que la denegación de la solicitud se debe a la inexistencia de datos en su poder, respecto de la información solicitada.

Los peticionarios tampoco pueden exigir a las entidades que efectúen evaluaciones o análisis de la información que posean, salvo aquellos que por sus objetivos institucionales deban producir.

Recurso de acceso a la información pública.-

El administrado que previamente ha solicitado información pública y se le ha negado en forma expresa o tácita su entrega, puede presentar el recurso de acceso a la información ante cualquier juez de lo civil o tribunal de su domicilio, incluso si la denegatoria se sustenta en el carácter reservado o confidencial de la información solicitada, tal como lo señala el artículo 22 de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

La acción de acceso a la información pública como garantía jurisdiccional del derecho constitucional a la información.-

El constituyente estableció en la Carta Magna la Acción de Acceso a la Información Pública como una garantía jurisdiccional para proteger al derecho constitucional a la información, a fin de garantizar el acceso a ella cuando ha sido denegada expresa o tácitamente, o cuando la que se ha proporcionado no sea completa o fidedigna; es decir, que el habitante tiene esta acción constitucional adicional a la acción administrativa antes mencionada.

El juez que sustancia esta acción constitucional, tiene la facultad de destituir del cargo a los servidores públicos que se nieguen a dar cumplimiento a su orden judicial, siendo esta una sanción adicional a las sanciones administrativas contempladas en la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Sanciones para lo que niegan información pública.-

Las sanciones administrativas que con templa la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, para los funcionarios o empleados públicos o privados que cometen actos u omisiones de denegación ilegítima de acceso a la información pública, son las siguientes:

- Multa equivalente a la remuneración de un mes de sueldo o salario que se halle percibiendo a la fecha de la sanción;
- Suspensión de sus funciones por el tiempo de treinta días calendario, sin derecho a sueldo o remuneración por ese mismo lapso;
- Destitución del cargo en caso de que, a pesar de la multa o suspensión impuesta, se persistiere en la negativa a la entrega de la información.

Estas sanciones deben ser impuestas por las autoridades nominadoras de las instituciones públicas o por la entidad corporativa cuando se trate de prefectos, alcaldes, consejeros, concejales y miembros de juntas parroquiales. Imponiéndose adicionalmente una multa de cien a quinientos dólares por cada día de incumplimiento a la resolución del juez que ha concedido un recurso de acceso a la información pública.

El derecho ciudadano a la rendición de cuentas.-

Los habitantes, en forma individual o colectiva, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, pueblos afroecuatoriano y montubio, y demás formas lícitas de organización, pueden solicitar una vez al año la rendición de cuentas a las instituciones públicas o privadas que presten servicios públicos, manejen recursos públicos o desarrollen actividades de interés público, así como a los medios de comunicación social, siempre que tal rendición de cuentas no esté contemplada mediante otro procedimiento en la Constitución y las leyes.

Se concibe la rendición de cuentas como un proceso sistemático, deliberado, interactivo y universal, que involucra a autoridades, funcionarias y funcionarios o sus representantes y representantes legales, según sea el caso, que estén obligadas u obligados a informar y someterse a evaluación de la ciudadanía por las acciones u omisiones en el ejercicio de su gestión y en la administración de recursos públicos.

Las autoridades del Estado, electas o de libre remoción, representantes legales de las empresas públicas o personas jurídicas del sector privado que manejan fondos públicos o desarrollan actividades de interés público, los medios de comunicación social, a través de sus representantes legales, están obligados a rendir cuentas, sin perjuicio de las responsabilidades que tienen las servidoras y los servidores públicos sobre sus actos y omisiones.

La rendición de cuentas tiene los siguientes objetivos:

- Garantizar a los mandantes el acceso a la información de manera periódica y permanente, con respecto a la gestión pública;
- Facilitar el ejercicio del derecho a ejecutar el control social de las acciones u omisiones de las gobernantes y los gobernantes, funcionarias y funcionarios, o de quienes manejen fondos públicos;
- Vigilar el cumplimiento de las políticas públicas; y,
- Prevenir y evitar la corrupción y el mal gobierno.

Las autoridades elegidas por votación popular están obligadas a rendir cuentas, según el caso, principalmente sobre:

- ❖ Propuesta o plan de trabajo planteados formalmente antes de la campaña electoral;
- ❖ Planes estratégicos, programas, proyectos y planes operativos anuales;
- ❖ Presupuesto general y presupuesto participativo;
- ❖ Propuestas, acciones de legislación, fiscalización y políticas públicas; o,
- ❖ Propuestas y acciones sobre las delegaciones realizadas a nivel local, nacional e internacional.

Las funcionarias y los funcionarios, directivos y los responsables de la conducción de unidades administrativas, administraciones territoriales, empresas, fundaciones y otras organizaciones que manejen fondos públicos, están obligados, principalmente, a rendir cuentas sobre:

- ✦ Planes operativos anuales;
- ✦ Presupuesto aprobado y ejecutado;
- ✦ Contratación de obras y servicios;
- ✦ Adquisición y enajenación de bienes; y,
- ✦ Compromisos asumidos con la comunidad.

La rendición de cuentas se realizará una vez al año y al final de la gestión, teniendo en consideración las solicitudes que realice la ciudadanía, de manera individual o colectiva, de acuerdo con la Constitución y la ley.

El proceso de rendición de cuentas deberá contener al menos lo siguiente:

- ⊖ Cumplimiento de políticas, planes, programas y proyectos.
- ⊖ Ejecución del presupuesto institucional.
- ⊖ Cumplimiento de los objetivos y el plan estratégico de la entidad.
- ⊖ Procesos de contratación pública.
- ⊖ Cumplimiento de recomendaciones o pronunciamientos emanados por las entidades de la Función de Transparencia y Control Social y la Procuraduría General del Estado.
- ⊖ Cumplimiento del plan de trabajo presentado ante el Consejo Nacional Electoral, en el caso de las autoridades de elección popular.

- ⊕ En el caso de las empresas públicas y de las personas jurídicas del sector privado que presten servicios públicos, manejen recursos públicos o desarrollen actividades de interés público deberán presentar balances anuales y niveles de cumplimiento de obligaciones laborales, tributarias y cumplimiento de objetivos.
- ⊕ Las demás que sean de trascendencia para el interés colectivo.

Las veedurías ciudadanas.-

Las veedurías ciudadanas son modalidades de control social de la gestión de lo público y de seguimiento de las actividades de dignidades electas y designadas por la ciudadanía y las organizaciones sociales, aquellas que les permiten conocer, informarse, monitorear, opinar, presentar observaciones y pedir la rendición de cuentas de las servidoras y los servidores de las instituciones públicas.

Las veedurías ciudadanas pueden ejercer sus atribuciones sobre toda la actividad de cualquiera de las funciones del Estado, salvo en aquellas cuya publicidad esté limitada por mandato constitucional o legal.

Las veedurías ciudadanas pueden adoptar diversas formas y modalidades según la función del Estado y el nivel de gobierno sobre el cual ejerzan su derecho al control social.

Su actividad de control sobre las diferentes funciones del Estado se ejerce sobre aquellos asuntos de interés público que afectan a la colectividad.

Igualmente, deben vigilar y controlar cualquier institución pública, privada o social que maneje recursos públicos, en el marco de lo que dispone la Constitución y las leyes. Además, deben promover, defender y vigilar el cumplimiento de los derechos constitucionalmente consagrados. Las veedoras y los veedores ciudadanos serán personas facultadas para realizar el ejercicio de dicha vigilancia y control.

Es obligación de las instituciones públicas, privadas y sociales cuyas actividades afecten los intereses de la sociedad, garantizar el acceso a la información que los procesos de veeduría requieran para cumplir sus objetivos.

La participación ciudadana en los gobiernos autónomos descentralizados.-

La ciudadanía, en forma individual y colectiva, puede participar de manera protagónica en la toma de decisiones, la planificación y gestión de los asuntos públicos y en el control social de las instituciones de los gobiernos autónomos descentralizados y de sus representantes, en un proceso permanente de construcción del poder ciudadano.

La participación se orienta por los principios de igualdad, autonomía, deliberación pública, respeto a la diferencia, control popular, solidaridad e interculturalidad.

Los gobiernos autónomos descentralizados reconocen todas las formas de participación ciudadana, de carácter individual y colectivo, incluyendo aquellas que se generen en las unidades territoriales de base, barrios, comunidades, comunas, recintos y aquellas organizaciones propias de los pueblos y nacionalidades, en el marco de la Constitución y la ley.

Las autoridades ejecutivas y legislativas de los gobiernos autónomos descentralizados tienen la obligación de establecer un sistema de rendición de cuentas a la ciudadanía conforme el mandato de la ley y de sus propias normativas.

El derecho a la participación ciudadana se ejerce en todos los niveles de los gobiernos autónomos descentralizados a través de los mecanismos de la democracia representativa, directa y comunitaria.

Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos de la circunscripción del gobierno autónomo descentralizado correspondiente, deben ser consultados frente a la adopción de medidas normativas o de gestión que puedan afectar sus derechos colectivos.

La ciudadanía tiene derecho a ejercer la democracia directa a través de la presentación de proyectos de normas regionales, ordenanzas provinciales, distritales o cantonales, acuerdos y resoluciones parroquiales. También tienen derecho a ejercer el control social de los actos de los gobiernos autónomos descentralizados y a la revocatoria del mandato de sus autoridades en el marco de la Constitución y la Ley.

La ciudadanía, en forma individual o colectiva, tiene derecho a participar en las audiencias públicas, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, de acuerdo con lo establecido en la Constitución, la ley y demás normativa.

Para efectos de lograr una participación ciudadana informada, los gobiernos autónomos descentralizados deben facilitar la información general y particular generada por sus instituciones; además, adoptarán medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad.

Los gobiernos autónomos descentralizados conforman un sistema de participación ciudadana, que se regula por acto normativo del correspondiente nivel de gobierno, tiene una estructura y denominación propias.

En la práctica las autoridades de muchos Gobiernos Autónomos Descentralizados cumplen con la formalidad de la Ley ofreciendo una cantidad de datos numéricos que confunden al ciudadano presente en una rendición, careciendo de parámetros para su comparación o verificación, lo cual desnaturaliza la rendición de cuentas, como lo considera (López & Merino): “la rendición de cuentas así entendida, supone un ejercicio que va un paso más allá del control y de la evaluación de ingresos y egresos públicos, para situarse en una relación entre entidades responsables de ejercer recursos públicos (de cualquier naturaleza) y entidades responsables de verificar que esos recursos se han obtenido de conformidad

con las normas en vigor. Y es también un ejercicio de transparencia e información pública; un medio a través del cual los gobiernos informan al público de sus actividades, de los recursos que han ejercido y de los resultados que han obtenido. En este sentido, la rendición de cuentas no se limita al control del ciclo presupuestal que los gobiernos deben llevar a cabo para evitar desviaciones presupuestales o déficits públicos, ni tampoco a la evaluación que se pregunta sobre los costos de los programas en relación sus resultados, para tomar decisiones estratégicas en materia de orientación de gastos, sino que atañe también a la legalidad de las decisiones gubernamentales y a la información que se ofrece al público sobre la forma en el que el gobierno ha utilizado los medios que tiene a su alcance”.

CONCLUSIONES

1. De la verificación que puede realizar el administrado a los portales web de las diferentes entidades públicas puede comprobarse que los mismos no son amigables desde el punto de vista tecnológico para la persona neófita que desea acceder a información públicas y que no contienen en el link destinado para agrupar toda la información de transparencia toda la información exigida por la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
2. Constituye una necesidad crear una conciencia en las administraciones públicas de transformar la mentalidad del servidor público que considera que la información que se genera o archiva en dichas dependencias debe ser secreta, para que tome conciencia de valor que tiene transparentar la información al ciudadano, dado que de esa manera se legitima todo el accionar de la gestión pública.
3. El Ecuador ha avanzado mucho en la última decana en cuanto a la transparencia y rendición de cuentas pero aún falta mucho por realizar en cuanto al establecimiento de un verdadero gobierno electrónico que retire el velo de secretismo que caracteriza a la burocracia y de un acceso completo al ciudadano para que ejerza su derecho constitucional a ser veedor y fiscalizador de la gestión pública, lo cual sólo podrá llevarlo a cabo cuando exista información completa no sólo de los recursos sino de los procedimientos y los responsables de los mismos.
4. Es necesario que se realicen reformas a las normas jurídicas que detallen a cabalidad la información que debe aparecer en sus portales web y constan en las rendiciones de cuenta a efectos de que el ciudadano común pueda realizar sus propios análisis y comparaciones con los programas, planes y proyectos que estableció la entidad versus los que ejecutó.

BIBLIOGRAFIA

- Asamblea Nacional Constituyente. (s.f.). Constitución de la República del Ecuador. *Artículo 96* .
- Asamblea Nacional Constituyente. (s.f.). Constitución de la República del Ecuador. *Artículo 100* .
- Asamblea Nacional. (s.f.). Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública. *Artículo 5* .
- Asamblea Nacional. (s.f.). Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública. *Artículos 19 y 20* .
- Consejo de Participación Ciudadana y Control Social*. (s.f.). Recuperado el 26 de Agosto de 2016, de <http://www.cpccs.gob.ec/?mod=rendicion>
- Fierro, A. E., & Gil-García, R. (2011). Mas alla del acceso a la información. *Centro de Investigación y Docencia Económica No. 262* , 3.
- López, S., & Merino, M. (s.f.). La rendición de cuentas en México: perspectivas y retos. *Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Autónoma de México* , 24.
- Real Academia Española*. (s.f.). Recuperado el 26 de Agosto de 2016, de <http://dle.rae.es/?id=aMOr1xH>

014. LA VIOLENCIA INTRAFAMILIAR CONSIDERADA DELITO EN EL ECUADOR A PARTIR DE LA VIGENCIA DEL CODIGO ORGANICO INTEGRAL PENAL.

Autor:

Ab. Jacqueline Cabanilla Leòn, Mgs.
jcabanilla@ecotec.edu.ec
Universidad Tecnológica ECOTEC
Ecuador

Resumen

En el Ecuador a partir del diez de agosto del 2014 que entra en vigencia el Código Orgánico Integral Penal (COIP), el maltrato dentro de la pareja en el núcleo familiar por golpes, insultos, acoso y abuso sexual, así como las humillaciones, tienen sanciones penales porque son considerados delitos. Antes del COIP estaba en vigor la Ley Contra la Violencia a la Mujer y la Familia, constituida en la denominada Ley N° 103, en donde los casos de violencia contra la mujer eran solamente considerados como una contravención que se tramitaban en las Comisarías de la Mujer. Es a partir de la Constitución del 2008 que se reconoce como un derecho constitucional de las ecuatorianas y los ecuatorianos el tener una vida libre de violencia en el ámbito público y privado, por lo cual, el Estado adopta medidas para prevenir, eliminar y sancionar toda forma de violencia, en especial la que es ejercida en contra de las mujeres y personas del grupo vulnerable de la sociedad. Por esta razón, se crean las unidades de violencia intrafamiliar, en donde se sancionan a los agresores de la violencia con prisión y multas. En este artículo se realizará un estudio de los cambios ocurridos en el año 2014 desde que entra en vigencia el COIP, donde se establece la diferencia entre un delito y una contravención en temas de violencia contra la mujer y su familia.

Palabras claves

Delito, violencia intrafamiliar, contravención

Introducción

En el Ecuador así como en otros países existe la violencia intrafamiliar dentro de algunos hogares, siendo un problema muy complejo y difícil de solucionar, sobretodo porque el término violencia ha sido común en las diferentes sociedades, desde el principio de la historia de la humanidad hasta la actualidad.

“Los actos de violencia son considerados como el ejercicio de una fuerza indebida de un sujeto sobre otro, siempre que sea experimentada como negativa”. (Almenares, Louro, & Ortiz, 1999) Los diferentes grados de la violencia se determinan de acuerdo a los valores morales con que han sido educadas las personas de una sociedad, además de las creencias de cada país, época y clase social.

La violencia tiene que ver con las relaciones desiguales de poder y la utilización de la fuerza física o la coacción psíquica o moral por parte de un individuo contra otro que pertenece al grupo vulnerable de la sociedad. La violencia ha existido siempre a través de la historia de la humanidad y poco a poco se trata de solucionar el problema. Ninguna persona está libre de la práctica de violencia intrafamiliar dentro de su grupo familiar.

El objetivo de este artículo es realizar un estudio sobre los cambios suscitados en la ley del Ecuador, a partir de la vigencia del Código Orgánico Integral Penal con respecto al tema de violencia intrafamiliar, que hoy en día es considerada como delito.

La Ley 103 de la violencia contra la mujer y su familia, no consideraba la violencia como delito, solo se castigaba como una contravención. Y el código penal anterior castigaba la violencia con indemnización de daños y perjuicios. Es por esta razón, que se hizo necesario debatir las medidas para prevenir y eliminar toda forma de violencia en el ámbito público y privado. Actualmente para sancionar los hechos de violencia en el ámbito privado, el Código Orgánico Integral Penal tipifica como delito a la violencia contra la mujer y miembros del núcleo familiar en tres de sus formas: física, psicológica y sexual.

Con el Código Orgánico Integral Penal la contravención física de violencia contra la mujer o miembros del núcleo familiar tiene un procedimiento expedito especial, lo cual garantiza la celeridad del proceso y el tratamiento adecuado a las víctimas, además de imponer las sanciones penales correspondientes.

La autora de este artículo considera importante hacer un estudio sobre este tema de interés social y analizar los cambios suscitados en la legislación del Ecuador desde el año 2014 hasta la presente fecha, sobre todo en lo que se refiere a la diferencia entre lo que se considera contravención y lo que es delito propiamente dicho. El método utilizado para el estudio es el bibliográfico y de estudio de casos.

Marco Teórico

Para poder entender el tema de violencia intrafamiliar, primero hay que definir que es la violencia. Según el diccionario de la Real Academia, la violencia es aquello ejecutado con fuerza o que se lleva a cabo contra la voluntad de otra persona. El comportamiento violento intenta imponer u obtener algo por la fuerza y puede ocasionar daños físicos y emocionales a la víctima. "Todo acto contra justicia y razón. Proceder contra normalidad o naturaleza. Modo compulsivo o brutal para obligar a algo. Interpretación excesiva o por demás amplia de algo" (Cabanellas, 1993)

Cuando la violencia es dentro del núcleo familiar que está compuesto por cónyuges, ascendientes, descendientes, hermanos y sus parientes hasta el segundo grado de afinidad, se trata de violencia intrafamiliar. Cabe anotar que la protección se hace extensiva a los ex - cónyuges, convivientes, ex - convivientes, a las personas con quienes se mantenga o se haya mantenido una relación consensual de pareja, así como a quienes comparten el hogar del agresor o del agredido.

Quien recibe actos de violencia por parte de un miembro de la familia llega a tener un daño irreversible en su psiquis. Los psicólogos la determinan como "formas como se ejerce la violencia contra los sujetos o los grupos que son considerados como víctimas de este fenómeno y cuyas conductas dirigidas hacia ellos o ellas se encaminan a causar daño emocional, físico, moral y sexual." (Sanchez, Lectura sistémica sobre familia y el patrón de la violencia, 2007).

Desde las épocas más remotas de la cultura humana se ha manifestado siempre la subordinación de las mujeres respecto a los hombres. Este fenómeno no se ha limitado sólo a concebir la inferioridad femenina, sino que ha trascendido las fronteras de lo racional, hasta llegar incluso a manifestarse mediante comportamientos agresivos, que acreditados por el patriarcado y ratificados luego por las sociedades posteriores, conforman la ya histórica y universal violencia de género. (Paez, 2011)

El problema de la violencia hacia la mujer no es en absoluto un fenómeno nuevo, porque tiene un antecedente histórico patriarcal, pues, desde el año 400 A.C., existían actos de violencia contra la mujer en las leyes de Bizancio que establecían que la mujer debía adorar al marido. En las antiguas sociedades esclavistas el hombre ocupaba una posición de superioridad en la familia. En Roma el pater-familia tenía la autoridad sobre todas las personas con quienes convivía. Sobre la mujer específicamente y podía venderla, castigarla o matarla según sus deseos. (Paez, 2011)

De acuerdo al Islam, a partir del casamiento, la mujer adquiere la condición de propiedad privada del marido. El Corán estipula como deber del hombre pegarle a la esposa rebelde, así como el encierro perpetuo de las infieles en la casa. El castigo corporal no está limitado, es legítima facultad masculina sobre su cónyuge, de modo que se exonera de responsabilidad penal al esposo cuya mujer falleciere como resultado de una golpiza con fines de educarla. (Anónimo, 1997).

En Europa, en 1359, Francia, se estableció por costumbre que cuando un hombre mataba a su esposa en un exceso de cólera, siempre que se confesara arrepentido mediante juramento, no era castigado. En general, la mujer en la antigüedad estaba supeditada al marido y este podía castigarla corporalmente.

La Edad Media los nobles golpeaban a sus esposas con la misma regularidad que a sus sirvientes. Esta práctica llegó a ser controlada en Inglaterra, denominándose “Regla del Dedo Pulgar”, referida al derecho del esposo a golpear a su pareja con una vara no más gruesa que el dedo pulgar para someterla a su obediencia, tratando así de que los daños ocasionados no llevaran al fallecimiento de la víctima. (Paez, 2011)

No es hasta finales del siglo XIX, que se dicta en los Estados Unidos, en el Estado de Maryland, en 1882, la primera ley para castigar el maltrato conyugal. En la misma se imponían como pena cuarenta latigazos o un año de privación de libertad al victimario por los abusos cometidos, pero después de sancionado el primer caso, inexplicablemente cesó la comisión de este delito, o por lo menos su denuncia, siendo derogada esta ley en 1953. (Paez, 2011)

Aún en el siglo XX se aprobaron leyes como el Decreto-Ley aprobado por Arabia Saudita, Kuwait, Emiratos Árabes, Irán e Irak, firmado en 1990, donde se permite asesinar a las mujeres de la familia si incurren en adulterio o deshonor, para lo cual es posible apedrearlas hasta la muerte. Datos como estos son los que demuestran que en el curso de la vida de la humanidad ha existido siempre la violencia en la familia.

La violencia es ocasionada por el retraso cultural, carencia de valores como la consideración, tolerancia, empatía y el irrespeto al derecho de los otros, independientemente de su sexo o condición física o mental. El maltrato incluye a las agresiones físicas, psicológicas o sexuales llevadas a cabo en el hogar por parte de un familiar que hacen vulnerable la libertad de otra persona y que causan daño físico o psicológico.

Esta situación lamentablemente no ha llegado a su fin. En la actualidad las cifras reales del problema no se conocen en su totalidad, pues muchas mujeres no denuncian tales hechos, pero las situaciones que se presentan a diario han sido indicadores de preocupación.

En la Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer, suscrito en la ciudad de Belén do Pará, aprobada durante el XXIV período ordinario de sesiones de la Asamblea General de la Organización de Estados Americanos (OEA), el 9 de junio de 1994, que en su artículo 4, determinó que toda mujer tiene derecho al reconocimiento y protección de todos los derechos humanos y a las libertades consagradas en los instrumentos internacionales sobre derechos humanos y uno de estos derechos es el respeto a su integridad física, psíquica y moral, a no ser sometida a torturas y a que se respete su dignidad y se proteja a su familia.

Los tratados y convenios internacionales, contemplan la violencia hacia la mujer considerándola una ofensa a la dignidad humana y una manifestación de las relaciones de poder históricamente desiguales entre mujeres y hombres y reconoce que toda mujer tiene derecho a una vida libre de violencia, tanto en el ámbito público como en el privado. En el Art. 6 de la Convención Belem do Pará realizada en Brasil, en el año 1995, se menciona el derecho de toda mujer a una vida libre de violencia que incluye, el derecho de la mujer a ser libre de toda forma de discriminación, y el derecho de la mujer a ser valorada y educada libre de patrones estereotipados de comportamiento y prácticas sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad o subordinación.

El CEPAM- USAID considera que: “La violencia constituye una de las más complejas y dolorosas expresiones de las relaciones de dominación subordinación y del ejercicio asimétrico del poder. Implica valores discriminatorios hacia el otro- otra u otros, en razón de sus características económicas, sociales, culturales, generales, sexuales, étnicas”. (CEPAM, 1998)

En el Código de la Niñez y Adolescencia del Ecuador en el artículo cincuenta dice que los niños y adolescentes tienen derecho a que se respete su integridad personal, física, psicológica, cultural, afectiva y sexual. Además especifica que no podrán ser sometidos a torturas, tratos crueles y degradantes. (Asamblea, 2009)

La Constitución de la República determina entre sus principios que el Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social...” y dentro de sus deberes primordiales está el de “garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral y a vivir en una sociedad democrática...”, así mismo, en el Preámbulo de aquella, manifiesta que “decidimos construir una sociedad que respeta en todas sus dimensiones, la dignidad de las personas y las colectividades”, y establece como derecho y garantía a las personas el derecho a la integridad física, psíquica, moral, sexual y reproductiva, derecho a la igualdad formal, material y no discriminación en una amplia concepción de la libertad humana, lo que implica para la mujer y todos los individuos de nuestra nación, tener una vida libre de violencia en el ámbito público y privado, reconociendo y garantizando desde el Estado la adopción de medidas necesarias para prevenir, eliminar y sancionar toda forma de violencia, especialmente contra mujeres, niñas, niños y adolescentes, personas adultas mayores, de capacidades especiales y contra toda persona en situación de desventaja o vulnerabilidad. Y en el caso de sometimiento sistemático contra una población civil en la violación sexual y prostitución forzada, desaparición, esterilización forzada que son actos de violencia generalmente contra la mujer, el Código Orgánico Integral Penal los tipifica y sanciona como crímenes de lesa humanidad. (Hernandez, 2014)

En la Constitución del 2008, en su artículo 66 literal 3 b, se reconoce como un derecho constitucional de las ecuatorianas y los ecuatorianos, tener una vida libre de violencia en el ámbito público y privado, por lo cual, el Estado debe

adoptar las medidas necesarias para prevenir, eliminar y sancionar toda forma de violencia, en especial la que es ejercida en contra de las mujeres, niñas, niños, adolescentes, personas adultas mayores o con discapacidad.

En la legislación anterior no se encontraba la violencia intrafamiliar tipificada como delito en el Código Penal ecuatoriano, lo que obligaba al Juez Penal a aplicar la normativa general de las lesiones, por lo que surgió la necesidad de reformar el mencionado Código y determinar la gravedad de estos actos que constituyen la más frecuente violación de derechos humanos.

En el Ecuador siempre existieron muchos casos de violencia dentro del núcleo familiar, en las Comisarías existían denuncias a diario, y la prisión máxima que se imponía por un maltrato físico sin lesiones graves era de seis días. Cuando la violencia era psicológica, simplemente la Comisaría ordenaba que tanto el agresor como el agredido asistan a terapia psicológica.

Mientras que la Ley 103, por tratarse de una ley nueva en cuanto a tipificar la violencia intrafamiliar, en el momento de su aplicación no es una alternativa adecuada, pues resulta inequitativa para la sociedad, la aplicación de las medidas de amparo, constantes en el Art. 13 de la referida Ley, las mismas que son de carácter coercitivo, violento, y se prestan para una interpretación extensiva, y no permite dar una respuesta real y efectiva a los problemas concretos de violencia intrafamiliar, debido a que no se ha tipificado o no se ha hecho constar en dicha normativa un sistema integral de formación, capacitación y rehabilitación, a través de tratamientos psicológicos, médicos y de consejería para los integrantes del grupo familiar. (Cuenca, 2010)

La ley 103 fue aprobada el 29 de noviembre de 1995, y publicada en Ecuador en el Registro Oficial No 839 del 11 de diciembre del mismo año, con el fin de crear condiciones de igualdad y desarrollar una participación plena de las mujeres en la vida económica, política, social y cultural, incluidas la intervención en la toma de decisiones y el poder, para optimizar la administración de justicia y garantizar un servicio de calidad a las personas inmersas en esta clase de violencia. En la ley 103 de la Violencia contra la mujer y su familia se tipificaba como sanción el pago de indemnización de daños y perjuicio de acuerdo a la gravedad de los resultados y podría ser causal de divorcio. Hoy en día la sanción es de acuerdo a la norma determinada en cada tipo penal.

Según el Código Integral Penal (COIP), la violencia intrafamiliar se considera delito cuando los actos violentos se repiten una y otra vez, con conocimiento del daño que se genera en la víctima, con toda la gana de hacerlo. El agresor se aprovecha de su posición de poder y de la vulnerabilidad de la persona afectada que puede ser una mujer, un niño, una adolescente o una persona de la tercera edad. Las víctimas generalmente pueden ser la esposa, el padre, la madre, el hijo, entre otros.

La violencia se tipifica en el COIP como física (Art. 156), sexual (Art. 158) y psicológica (Art. 157). Sus sanciones varían según el caso y sus agravantes, pueden ser de meses y también de años de penas privativas de la libertad. Existe también la violencia que no deja huellas pero igual de destructiva porque destroza el sentido de ser humano, es la violencia psicológica. Esta es considerada como golpes directos a la autoestima a través de insultos, amenazas, humillaciones, desprecios o privación autoritaria de su libertad. (FGE, 2015)

A la Violencia Intrafamiliar se la define como aquella violencia que tiene lugar dentro de la familia, sea que el agresor comparta o haya compartido el mismo hogar y que comprenda maltrato físico, psicológico o abuso sexual. El Art.155 del COIP dice: "Se considera violencia toda acción que consista en maltrato, físico, psicológico o sexual ejecutado por un miembro de la familia en contra de la mujer o demás integrantes del núcleo familiar." y considera miembros del núcleo familiar: al cónyuge, a la pareja en unión de hecho o unión libre, conviviente, ascendientes, descendientes, hermanas, hermanos, parientes hasta el segundo grado de afinidad y personas con las que se determine que el procesado o la procesada mantenga o haya mantenido vínculos familiares, íntimos, afectivos, conyugales, de convivencia, noviazgo o de cohabitación.

Angela Fustillos, funcionaria de la Unidad Especializada en Delitos Sexuales y Violencia Intrafamiliar, explicó que no toda agresión es delito y que hay jueces especializados en materia de contravenciones. Se trata de una contravención cuando la agresión a la víctima no es grave, es decir, que el daño ocasionado no dura más de tres días. En el Art. 159 del COIP se determina la sanción de pena privativa de libertad de siete a 30 días si las lesiones causadas le provocan incapacidad de hasta tres días. La incapacidad se determina por la falta de dinamismo o de energía que la persona tiene para hacer sus actividades diarias como consecuencia de lo sucedido o cuando necesita descansar para regresar a su vida normal. (FGE, 2015)

Existe la figura legal de contravención contra la mujer o miembros del núcleo familiar, que se encuentra tipificada en el COIP y consiste en que la persona que hiere, lesiona o golpea a la mujer o miembros del núcleo familiar, causándole lesiones o incapacidad que no pase de tres días, será sancionada con pena privativa de libertad de siete a treinta días.

En Ecuador, seis de cada diez mujeres han sido víctimas de violencia, ya sea física o psicológica. Para estas personas, la asesoría legal y psicológica resulta trascendental. Según datos de la Fiscalía, entre agosto y noviembre de 2014, se registró un total de 9881 casos de violencia psicológica. En ese mismo periodo de tiempo, la entidad registró 947 casos de violencia física. (Ecuavisa, 2015)

Juan Francisco León, psicólogo del Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer (Cepam), explica que la violencia puede parecer "normal" para las víctimas. (Ecuavisa, 2015) "Existe un acostumbramiento a la violencia,

se convierte en un elemento sustancial de las relaciones”, explica León. Señala que hay indicios que permiten detectar estas situaciones. “El tema es muy visible: depresiones, ansiedades, personas que usan gafas puede ser para ocultar moretones”, detalla León. (Ecuavisa, 2015)

El Art. 156 del COIP señala: “La persona que, como manifestación de violencia contra la mujer o miembros del núcleo familiar, cause lesiones, será sancionada con las mismas penas previstas para el delito de lesiones aumentadas en un tercio”.

En el artículo 152 el COIP explica lo que es el delito de lesiones y tipifica que si como resultado de las lesiones se produce en la víctima un daño, enfermedad o incapacidad de cuatro a ocho días, será sancionada con pena privativa de libertad de treinta a sesenta días. Si la lesión produce a la víctima un daño, incapacidad o enfermedad de nueve a treinta días, será sancionada con pena privativa de libertad de dos meses a un año. Si la lesión produce a la víctima un daño, incapacidad o enfermedad de treinta y uno a noventa días, será sancionada con pena privativa de libertad de uno a tres años.

La persona que, como manifestación de violencia contra la mujer o miembros del núcleo familiar, cause perjuicio en la salud mental por actos de perturbación, amenaza, manipulación, chantaje, humillación, aislamiento, vigilancia, hostigamiento o control de creencias, decisiones o acciones, será sancionada de la siguiente manera. 1. Si se provoca daño leve que afecte cualquiera de las dimensiones del funcionamiento integral de la persona, en los ámbitos cognoscitivos, afectivos, somáticos, de comportamiento y de relaciones, sin que causen impedimento en el desempeño de sus actividades cotidianas, será sancionada con pena privativa de libertad de treinta a sesenta días. 2. Si se afecta de manera moderada en cualquiera de las áreas de funcionamiento personal, laboral, escolar, familiar o social que cause perjuicio en el cumplimiento de sus actividades cotidianas y que por tanto requiere de tratamiento especializado en salud mental, será sancionada con pena de seis meses a un año. 3. Si causa un daño psicológico severo que aún con la intervención especializada no se ha logrado revertir, será sancionada con pena privativa de libertad de uno a tres años. (Asamblea, Código Orgánico Integral Penal, 2014)

También el COIP sanciona en su artículo 158 que la persona que, como manifestación de violencia contra la mujer o un miembro del núcleo familiar, se imponga a otra y la obligue a tener relaciones sexuales u otras prácticas análogas, será sancionada con las penas previstas en los delitos contra la integridad sexual y reproductiva.

La nueva figura legal que consta en el COIP y que no existía en el ordenamiento anterior es la del Femicidio, que consiste en que, como resultado de relaciones de poder manifestadas en cualquier tipo de violencia, dé muerte a una mujer por el hecho de serlo o por su condición de género, será sancionada con pena privativa de libertad de veintidós a veintiséis años,

existiendo agravantes tales como que el delito se cometa en presencia del hijo o hija o que existan relaciones conyugales, noviazgo, laborales, entre otras.

Sobeida Aragundi Foyain, vicepresidenta del Foro de Abogadas por la Seguridad Jurídica y colectivo, explica que la omisión es al artículo 81 de la Constitución que exige y manda que se expida un procedimiento especial y expedito para tratar el juzgamiento de delitos de violencia intrafamiliar, sexual, y de odio. Para Aragundi, el problema de violencia intrafamiliar es un fenómeno complejo. “La mujer está en total desventaja frente al sistema judicial para reclamar sus derechos de protección... se requiere un procedimiento especial... para no revictimizar a la víctima, haciéndola pasar por todas las etapas que son contempladas en lo ordinario, como una indagación, luego instrucción, el juicio...”. (Diario Expreso, 2014)

Por eso es que de acuerdo al COIP el procedimiento de los juicios de violencia intrafamiliar debe ser expedito, y se presenta como un nuevo paradigma en el procedimiento penal, para resolver el conflicto de formas más ágil y eficaz. Se desarrolla en una sola audiencia en donde se realizará el juzgamiento de la violencia. La Disposición Derogatoria 23 del COIP se suprimen las partes fundamentales de la Ley Contra la Violencia a la Mujer y la Familia, llamada Ley 103, que establecía medidas preventivas y tenía carácter civil y penal, por el cual la violencia psicológica, cuando no era reincidente, podía atenderse con terapia al agresor u otras medidas no penales.

El tema de violencia intrafamiliar es un tema que causa tanto daño a la sociedad y muchas veces la víctima no se atreve a denunciarlo por temor o vergüenza. En algunas ocasiones la víctima denuncia, pero luego se arrepiente y no continúa con el trámite legal.

Conclusión

La autora de este artículo considera que es un adelanto trascendental para el Ecuador haber considerado la violencia intrafamiliar como delito en el Código Orgánico Integral Penal, pues en este contexto, se adecua la legislación ecuatoriana a los nuevos desarrollos conceptuales que se han producido en el mundo y en la región, como mecanismo para asegurar un correcto funcionamiento de la justicia, esperando que las víctimas de violencia quieran denunciar y continuar el proceso, para que tengan acceso a una justicia pronta y efectiva.

Existe una marcada diferencia entre como se sancionaba la violencia intrafamiliar en las Comisarias hasta el año 2014 y como se aplica la sanción actualmente en las Unidades Judiciales, a partir de la promulgación del COIP, y es que no sólo el cambio es en la aplicación de la ley, sino también en el procedimiento más ágil y rápido que se está empleando, como es el procedimiento expedito.

Con estos cambios en la ley, se espera que en un futuro cercano se pueda reducir el índice de maltrato familiar en el Ecuador.

Bibliografía

- Aguiguren, M. J. (10 de 03 de 2015). *Ecuavisa*. Recuperado el 27 de 07 de 2016, de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/101905-violencia-intrafamiliar-persiste-ecuador>
- Almenares, M., Louro, I., & Ortiz, M. (1999). Comportamiento de la violencia intrafamiliar . *Revista Cubana Med*, 1-3.
- Anonimo. (1997). *La mujer en el Islam*. . Argentina: Mezquita Attavhid. Asamblea. (2008). *Constitucion de la Republica del Ecuador*. Quito: norma. Asamblea. (2009). *Codigo de la Niñez y Adolescencia*. Quito: Norma. Asamblea. (2014). *Codigo Organico Integral Penal*. Quito: Norma. Cabanellas, G. (1993). *Diccionario Juridico Elemental*. Heliastra S.R.L.
- CEPAM. (1998). *Entre la sombra y la esperanza*. Obtenido de Ecuador ama la vida: <http://biblioteca.igualdadgenero.gob.ec>
- Convencion Belem do Para. (1995). *Departamento de derecho internacional OEA*. Obtenido de <http://www.oas.org/juridico/spanish/tratados/a-61.html>
- Cuenca, G. (2010). *"CONTROL SOCIAL DE LA VIOLENCIA INTRAFAMILIAR POR LA*. Obtenido de Dspace: <http://dspace.unl.edu.ec/>
- Diario Expreso. (8 de agosto de 2014). La violencia contra la mujer. *Expreso*.
- Ecuavisa. (10 de marzo de 2015). Violencia intrafamiliar persiste en el Ecuador. *Ecuavisa canal TV*, pág. 5.
- FGE. (23 de agosto de 2015). La violencia contra la mujer y la familia es sancionada como delito. *Fiscalia General del Estado*, pág. 2.
- Hernandez, M. (28 de agosto de 2014). *La violencia contra la mujer*. Obtenido de <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechopenal/2014/08/28/coip---la-violencia-contra-la-mujer->
- Mariela Almenares Aleaga, I. L. (1999). *BVS*. Recuperado el 27 de 07 de 2016, de http://www.bvs.sld.cu/revistas/mgi/vol15_3_99/mgi11399.pdf
- Paez, L. (2011). Genesis y evolucion historica a la violencia de género. *Contribuciones a las ciencias sociales*, 1.
- Palacios, P. A. (2013). *Maltrato Físico Infantil en el Ecuador: Campaña "Dame la Mano"*. QUITO.
- Regina Giraldo Arias, M. I. (2009). *Violencia familiar*. rosario: Editorial Universidad del Rosario.

- Sagot, M. (2000). *La ruta critica de las mujeres afectadas por la violencia intrafamiliar en America Latina*. Pan American Health Org.
- Sánchez, J. A. (2001). *Violencia intrafamiliar: causas biologicas, psicologicas, comunicacionales e interaccionales*. Mexico D.F.: Plaza y Valdes.
- Sanchez, M. H. (2007). *Lectura sistematica sobre familia y el patron de la violencia*. Caldas: Universidad de Caldas.
- Segato, R. L. (2003). *Las estructuras elementales de la violencia: contrato y status en la etiologia de la violencia*. Brasilia: Serie Antropologia.
- Silva, P. (2014). *psicologia-online*. Recuperado el 03 de 08 de 2016, de <http://www.psicologia-online.com/colaboradores/paola/violencia/index2.shtml>

015. EL DERECHO A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN EL ECUADOR: ¿GARANTÍA PLENAMENTE RECONOCIDA O RESTRINGIDA POR EL RESPETO A LA INTEGRIDAD AJENA?

Autor:

Ab. Junther S. Juez Cabezas

jjuez@ecotec.edu.ec

Universidad ECOTEC

Ecuador

Resumen

El derecho a la libertad de expresión en el Ecuador siempre ha sido objeto de amplia discusión y debate jurídico, por lo cual es necesario que se revisen ciertos conceptos o criterios jurídicos en torno a él. La casuística ecuatoriana ha presentado en los últimos años múltiples y variados casos en los que el derecho a la libertad de expresión ha sido descontextualizado de su verdadero objeto, y se ha dado lugar a la interposición de algunas causas judiciales que ante la opinión pública se ha generado y expandido el criterio de que la libertad de expresión en el Ecuador se está viendo restringida. Por lo tanto, en el presente artículo se clarificarán algunos conceptos para comprender con una mejor base argumental lo que comprende el referido derecho. Este análisis conllevará a una mejor defensa y razonamiento del mencionado derecho constitucional como parte de los derechos de libertad reconocidos en la Carta Magna ecuatoriana.

Palabras clave:

Derecho fundamental, Honra, libertad de expresión, libertad de información, libertad de opinión.

Introducción

El artículo 1 de la Constitución de la República del Ecuador señala en parte de su texto que “El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y de justicia”. Es decir, que el Estado ecuatoriano por mandamiento constitucional está obligado al reconocimiento de ciertos derechos, los cuales de no ser cumplidos cabal y completamente, da lugar a que el Sistema de justicia permita su exigibilidad.

Entonces, el ordenamiento jurídico de cualquier país se encuentra conformado por una gama de derechos, los que son imperativos y por ende trascendentales para el adecuado desarrollo de la sociedad y de las libertades ciudadanas. Entre estos derechos se encuentra el derecho a la libertad de expresión, el cual es un derecho con un vasto contenido y significado, el cual muchas veces no suele ser puntualizado como corresponde en la interpretación del derecho, sobre todo si se trata de normas fundamentales.

Cabe recalcar que el rol de cualquier Constitución es reconocer o disponer derechos, los que adquieren una hegemonía por sobre las demás normas del ordenamiento jurídico. En este caso el Estado ecuatoriano no es la excepción a la regla, y en el artículo 66 numeral 6 de la Constitución ecuatoriana, se determina la existencia del derecho a la libertad de expresión de forma libre y en todas sus manifestaciones. Este derecho es parte de los derechos de libertad establecidos en la Carta Magna. Como se aprecia entonces, la norma suprema proclama el derecho, pero no lo define. Al no existir una definición clara de este derecho, suele darse que en el contexto jurídico el ejercicio del mismo pueda verse sobre dimensionado.

Tal sobredimensión, provoca que producto de un determinado dicho, pronunciamiento, mensaje, declaración, en fin de cualquier forma en que se pueda expresar algo, una o más personas se consideren afectadas en su honra, honor, reputación, imagen o integridad. Sin embargo, lo expresado suele ser concebido de forma distante de lo que pretenda expresar la persona de quien proviene un determinado pensamiento. Se puede decir que la libertad de expresión y lo que conlleva aquella en sí, siempre será materia de constante estudio, debate y discusión desde las distintas esferas jurídicas, filosóficas, sociológicas y de toda disciplina científica que pudiere involucrarse o que algún criterio o razonamiento pudiere aportar al respecto. No obstante, el objeto del presente artículo tiene como pretensión establecer algunas ideas científicas jurídicas básicas y elementales que en el futuro proyecten la articulación de estudios y publicaciones más avanzados que pudieren resolver asuntos concretos en cuanto a la problemática constitucional del ejercicio al derecho de la libertad de expresión.

En virtud de lo expresado, para que esta publicación contribuya con un análisis elemental, pero representativo de lo que significa el derecho a la libertad de expresión en el Ecuador, a su vez del objetivo antes descrito, se precisarán ciertos conceptos conexos al referido derecho de acuerdo con la doctrina. Del mismo modo, se lo revisará y analizará de conformidad por lo prescrito por la Constitución ecuatoriana y por las

normas del derecho internacional. Enfocado el análisis jurídico-normativo, se referirán ciertos casos acontecidos en el Ecuador de forma breve y práctica, esto con la finalidad de detectar ciertas contrariedades, contradicciones o limitaciones que emanen del ejercicio de este derecho, además de las posibles extralimitaciones de este derecho que hayan afectado a la honra de alguna persona y que hayan tenido repercusión en la sociedad ecuatoriana. Finalmente, se formularán algunas conclusiones y recomendaciones a fin de disponer de una perspectiva más ampliada del ejercicio del derecho a la libertad de expresión en el Ecuador, para que así conlleve a determinar algunas sugerencias que en alguna medida contribuyan a la optimización del desarrollo de este derecho.

1. El derecho a la libertad de expresión: ¿Qué es expresarse?

La libertad de expresión es uno de los derechos más valiosos de los que puede disponer un ser humano. Mediante la expresión del ser, se pueden comunicar múltiples emociones, sentimientos, pensamientos, criterios, punto de vista, en fin diferentes percepciones que tenga el ser humano a través de sus sentidos y de su razonamiento. No obstante, a pesar de que el criterio expuesto se puede considerar como bastante práctico e inteligible para una definición acertada de la libertad de expresión, tradicionalmente este derecho aún encuentra ciertas dificultades en situarse con una concepción clara y universal que pueda ser aceptada por el conglomerado humano. Entonces, ante tal incertidumbre, a pesar de que se puedan verter muchos conceptos o apreciaciones, no está demás dejar claras algunas bases en su arista conceptual.

Es por lo indicado con anterioridad, que es conveniente plantearse un interrogante, y esta es: ¿qué es expresarse? o bien pudiera ser ¿qué es expresar? Para esto se recurre a la definición de la RAE que señala que expresar es: “Manifestar con palabras, miradas o gestos lo que se quiere dar a entender” (Real Academia Española, s.f.). Al considerar esta definición, que se estima es una de las más acertadas por su practicidad, se entiende de que expresar algo no es otra cosa que tratar de dar a entender algo por diferentes formas. Esto implica entonces diferentes tipos de lenguaje en sus formas básicas como el escrito, oral, o de señas. No obstante, estos pueden ser entendidos o interpretados de diferente forma que bien serían totalmente distinta al contexto de lo que considera el emisor de un mensaje, como también puede que logre transmitir su empatía, y la interpretación del receptor identifique lo dicho por parte de quien recibe el mensaje.

Al saber entonces que expresar algo es tratar de dar a entenderlo, corresponde efectuar un análisis más metódico, el que precisamente tiene que ver con el de tipo jurídico. Es así, que la doctrina clásica señala que la libertad de expresión en una de sus definiciones se representa de conformidad con el siguiente criterio:

“La libertad de expresión es el derecho a emitir opiniones, a suministrar informaciones y a formular ideas sin ser molestado ni limitado por la autoridad pública. Es un derecho, en el sentido de que es una facultad amparada por la ley fundamental, derecho cuyo objeto consiste en comunicar opiniones o ideas, sin permiso, licencia o censura de la autoridad” (Fontaine, 1984, pág. 75).

Se interpreta del concepto expresado, que la libertad de expresión es una manifestación de ideas y de pensamientos que es tutelada por la Constitución de forma que no pueda ser restringido por las autoridades del Estado. Ahora que es necesario recalcar, que la libertad de expresión no sólo obedece a emitir un pensamiento o reflejar una declaración del sentir humano ante la entidad o en la esfera pública, sino que también este derecho se hace valer frente al uso de los particulares. Claramente, la Constitución ecuatoriana en su artículo 6 prescribe que la libertad o derecho a la opinión o a la expresión está garantizado libremente y en todas sus formas o manifestaciones. En dicho sentido, en las relaciones entre particulares o ante cualquier ciudadano se dan manifestaciones, y ese criterio de totalidad engloba y por ende comprende que la libertad de expresión y sus derechos análogos como la opinión, pensamiento o información gozan de la disposición u protección constitucional para que se materialicen o efectivicen, sin tener que ser lesionados por persona alguna, sea de la esfera de la autoridad pública o de las relaciones a nivel particular.

No obstante de la definición aportada, se presenta a continuación otro concepto referente a la libertad de expresión: “La libertad consiste en poder hacer todo lo que no daña a los demás” (Jellinek, 2003). Tal concepto quizás no manifieste del todo en forma literal lo que atañe a la libertad de expresión, sin embargo, la expresión como tal se fundamenta en la libertad, es ahí de esa premisa que emana de ese valor jurídico y derecho fundamental como tal en que se forma la libertad de expresión. Entonces, conviene precisar que la libertad de expresión es poder decir todo lo que se quiera, de cualquier forma, por cualquier medio, en cualquier tiempo, y de todos los modos posibles que permitan ejercer dicho derecho de forma efectiva y por ende plena. No obstante, se debe indicar que todo derecho tiene límites, y no por condicionarlo, sino que existe un clásico aforismo jurídico que señala que “el derecho de uno termina donde empieza el derecho del otro”.

El referido aforismo surge de uno de los pensamientos del filósofo francés Jean Paul Sartre (1905-1980) quien señalaba que “mi libertad se termina donde empieza la de los demás”. En este sentido, la libertad de expresión tiene un origen en el deseo o necesidad de comunicar algo, pero termina en el instante en que otra persona con sus debidos fundamentos trata de defender sus derechos. Por ejemplo: una persona ejerce su derecho a la libertad de expresión respecto su postura sobre las religiones, éste derecho lo emplea en el marco de un conversatorio público. En dicho conversatorio, la persona en cuestión puede decir todo lo que piensa, absolutamente todo, pero siempre y cuando no dañe a los demás como se dijo en la cita de Jellinek. Sin embargo, en el momento en que su expresión contenga palabras, frases, ideas o pensamientos que afecten la honra de algún grupo religioso en particular, en ese instante se ve quebrantado ese límite porque invade el espacio ajeno constituido en la integridad moral, psíquica y afectivo-emocional de la otra persona, por lo tanto, empieza el derecho o la libertad de otra persona, lo cual no puede ser lacerado.

Analizados hasta el momento ciertos criterios de la libertad de expresión, en cuanto a definiciones, características y limitaciones, es conveniente proponer otra reflexión doctrina la cual señala lo siguiente:

Casi sin excepción, las constituciones declaran los derechos a la libertad de expresión y de opinión, pero hay algunas que lo hacen de forma enunciativa y breve, y hay otras que se ocupan del tema de forma más detallada, incluso reglamentaria. Hay algunas que los declaran e instrumentan sin más límite que el derecho ajeno, y hay varias que los condicionan a la ideología oficial o los fines del Estado (Corral, 2010, pág. 70).

Como se puede apreciar, la libertad de expresión claramente es un derecho constitucional, sin dejar de reconocer que es parte de los derechos humanos como se define en alguno de sus textos de derecho internacional como se señalará en líneas posteriores. Este derecho constitucional, es reconocido de diferentes formas de acuerdo con la legislación constitucional de cada Estado. En el caso del constitucionalismo ecuatoriano, este derecho está plenamente garantizado por su Carta Magna, no obstante, no existe una definición o enunciación más amplia de lo que son sus características. Mas bien, este derecho se encuentra definido por nuestra Constitución de forma enunciativa y breve, lo que suele ser confundido con un criterio absolutista del derecho en el que los parámetros y límites de su ejercicio suelen ser confundidos, lo que se explicará más adelante.

En resumidas cuentas, la libertad de expresión es un derecho que lleva implícito una gran carga intelectual y emocional. Es así, que al expresarse se debe considerar qué es lo que se está comunicando, puede ser un sentimiento, un pensamiento, una opinión, un criterio, punto de vista, una información, etc., pero sea cualesquiera de ellas, no dejan de entrañar aspectos intelectuales y emocionales. Es decir, toda expresión se presume que parte de un razonamiento, y a su vez, lo que se dice obedece a una emoción que consciente o inconsciente tiene una motivación de acuerdo a las circunstancias, por lo que no se puede restar justamente el elemento de la responsabilidad y de la conciencia, dado que toda acción tiene una reacción. Al referirse a la reacción, se indica que todo aquello que se exprese tiene una consecuencia, y alegar falta de conciencia no sería una excusa para menguar o desvanecer la responsabilidad, tampoco lo sería para atenuarla, dado que se trata de un dicho que proviene de una persona dotada de razón, y por lo tanto, debe conocer de que la libertad de expresión es un derecho total pero que tiene límites, por cuanto se puede decir todo lo que se quiera pero sin afectar a los demás.

Otro de los conceptos existentes referentes a la libertad de expresión de conformidad con la doctrina moderna apunta:

La libertad de Expresión es una piedra angular en la existencia misma de una sociedad democrática. Es indispensable para la formación de la opinión pública y para que la comunidad, a la hora de ejercer sus opciones, esté suficientemente informada. Es por eso que, es posible afirmar que una sociedad no está bien informada, no es plenamente libre. La libertad de expresión es por lo tanto no sólo un derecho de los individuos sino de la sociedad misma (UNESCO, 2011, pág. 8).

Al analizar la referencia conceptual precedente, la libertad de expresión a pesar de que se manifiesta tanto en las relaciones sociales de carácter público y privado de cualquier persona o grupo de personas, es en la esfera de las relaciones de carácter público donde se encuentran sus puntos de discusión acerca de la forma en cómo se la ejerce. Se diferencia la el contexto privado de la libertad de expresión en aquellos ámbitos o escenarios de relaciones particulares que no se relacionan con intereses sociales, sino que tiene que ver únicamente con los personales respecto de ciertos lugares y personas. Por ejemplo: en una conversación entre compañeros de trabajo, de estudios, con los jefes o superiores del entorno laboral o la familia, las expresiones referidas solo conciernen al titular de la expresión y respecto de aquellos ante quienes los dijo. En tanto que, en el contexto público o social, la libertad de expresión involucra un conjunto de personas más amplio. Por ejemplo: si una persona que es parte de una agrupación política, y es entrevistado en un medio televisivo, el contenido de sus expresiones se expanden socialmente, y pudieren tener repercusión social, por lo que invoca a la opinión pública como un referente que reaccionaría de una o varias formas de acuerdo con lo expresado.

En síntesis, el derecho a la libertad de expresión es el decir todo aquello que se pretenda manifestar, sin ninguna limitación entantonoafectelaintegridadyotrosderechos de los demás que pudieren verse afectados por la declaración de una persona. Este derecho puede tener una connotación a nivel de las relaciones en la esfera privada o pública en la que se vea involucrado el emisor del pensamiento. No obstante, la discusión de los problemas o limitaciones en el ejercicio de la libertad de expresión y de los daños que pudieren derivar de una manifestación determinada, tienen una connotación pública dado a que los casos de interés social son los que por idiosincrasia concitan el interés de la ciudadanía, y por ende, avocan una mayor reflexión sociológica, filosófica y sobretodo jurídica.

2. Diferencias entre libertad de expresión, de opinión y de información.

La libertad de expresión tiene como uno de los problemas fundamentales el hecho de que es confundida con otros derechos y garantías de derechos humanos y de derechos constitucionales. Estos derechos son los de la libertad de opinión y de información. Es así, que es necesario dilucidar las diferencias entre aquellos, siendo que en la argumentación jurídica se falla al momento de defender a cada uno de ellos, puesto que a pesar de tener muchos elementos en común, el ámbito, la forma en que se ejercer y el propósito son distintos, por lo que amerita diferenciarlos para no confundir y atentar contra el interés procesal.

Por consiguiente, es conveniente realizar algunas diferencias entre estos tipos de derechos. En relación con la libertad de expresión ya se ha efectuado algunas puntualizaciones conceptuales, por lo que únicamente se considera en estas líneas recordar que es todo aquello que se quiera manifestar de forma garantizada y tutelada por la ley, pero sin afectar a los demás. Es entonces, la libertad de expresión cualquier forma de expresión que se ejerce en diferentes contextos y de una forma muy amplia, en la que bien puede haber criterios simples o más o menos técnicos, pero que mantengan una esencia sobre un punto concreto pero de forma general. También podría ser, que se trate de varias cosas pero sin recurrir a demasiados tecnicismos de un asunto muy específico.

2.1 La libertad de opinión

El derecho a la libertad de opinión suele ser de un carácter más técnico y específico, porque en cierto modo cualquiera podría expresar algo, cualquier cosa que desee. En tanto que no cualquiera puede opinar sobre algo, lo que está adscrito a una situación más específica y que amerita a un análisis de mayor profundidad. Es así, que respecto del derecho de la libertad de opinión se dice:

Es el derecho de toda persona a formar sus ideas a partir de ciertas informaciones veraces y de poder expresarlas y se define como el derecho de los ciudadanos a emitir su parecer de acuerdo con sus propios puntos de vista (Alarcón, 2009, pág. 86).

Es necesario reforzar a partir del concepto anterior, que se puede expresar cualquier cosa, pero no cualquier cosa es susceptible de opinión. En otra perspectiva también se puede decir que cualquiera puede expresarse, pero no cualquiera opinar. Esto se debe a que la opinión parte de algo concreto, es decir, que la opinión se forma en base de una información o dato conocido. En cambio, la expresión puede ser surgir del interior de la persona, lo que se ve contrastado dado que la opinión es la observación de una realidad concreta de un suceso que ocurre en el exterior, en la realidad y que es totalmente distinto del imaginario o de una posible idea que se forme una persona al tratarse de una expresión. Opinar es una forma de expresarse, pero como derecho tiene aristas diferentes por cuanto se trata de cuestiones que parten de un estudio más concreto que surge de un dato existente.

En pocas palabras, la opinión no está caracterizada por la diversidad de hechos, argumentos, criterios o pensamientos y conjeturas, en cambio la expresión sí. Por ejemplo: en un litigio dentro de un determinado juicio, si bien es cierto, se da sobre un asunto o pretensión concreta, hay una serie de elementos de hecho y derecho que traban la litis, por lo tanto, hay la diversidad de pronunciamientos, alegaciones, peticiones y razonamientos, por lo que se da a conocer los referidos elementos, lo que genera la expresión. En tanto, que si se trata del pronunciamiento sobre una consulta a un juez, éste lo que hace es dar su criterio u opinión.

El derecho a la libertad de opinión, esencialmente es más de carácter crítico-profesional. Por tal consideración, este derecho forma parte del ejercicio de algunas profesiones, por lo que periodistas, abogados, politólogos, sociólogos, docentes, entre otras, por el perfil y competencias de las mismas están en la obligación de emitir opiniones, y a su vez, forma parte de un derecho fundamental. Generalmente, la opinión se suele encasillar en la actividad periodística más que todo, debido a que involucra el manejo de información de interés social, la cual puede comprometer a la integridad y los intereses de ciertas personas, debido a que al exponer alguna información sobre ellas son expuestas de forma pública, lo cual motiva a que hay una imagen que cuidar, lo que implica muchas discusiones que se trasladan al litigio judicial en caso de que alguna opinión o información atente contra la integridad de la persona sobre la cual recae. No obstante, como se debe enfatizar la libertad de opinión y sus problemas y contradicciones se presentan en cualquier caso de referencia personal y profesional, pero se enfatiza o resalta las atinentes a las de tipo periodístico que por su grado de difusión son de mayor conocimiento y discusión en la sociedad.

Hasta el momento, la opinión es concebida como un sustento crítico o razonado de una situación con matices más de carácter profesional. No obstante, este bien jurídico del derecho a la libertad de opinión también es escenificado en un contexto privado y público. La opinión puede ejercerse entonces en el ámbito privado por ejemplo: en los casos que dentro de la realización de un proyecto un grupo de profesionales efectuó un estudio de un determinado tipo de mercado para socializarlo con la comunidad académica, puesto que solo concierne a ese grupo de personas, el ámbito del derecho a la opinión es privada. En tanto que, su ámbito es público en aquellos casos en que en que la ciudadanía formula una recomendación a una entidad pública, como por ejemplo: al ministerio de obras públicas y al ministerio del ambiente sobre la consideración de ciertos hechos que se pudieren dar para el estudio del impacto ambiental sobre una comunidad con respecto a una obra determinada a desarrollarse en un lugar en concreto.

Como se ha advertido, el derecho a la libertad de opinión es distinto al de la libertad de expresión. En dicho sentido para Suárez (2000) la opinión es concebida como un fundamento, el que resulta de un juicio de valor, para el que la persona que emite su comentario debe estar preparada y tener cierto razonamiento, que le lleve a un diagnóstico razonado sobre lo cual se pronuncia (pág. 21). Entonces, el derecho a la opinión es una forma de expresión, pero que a diferencia de esta última no es del todo espontáneo o preconcebido, sino que requiere del reconocimiento de un punto del que se pueda extraer una discusión.

2.2 La libertad de información

El ser humano por su esencia de ser dotado de inteligencia y de facultades cognoscitivas, constantemente está en la necesidad de fortalecer su conocimiento y percepción de la realidad de su entorno en muchos aspectos mediante la búsqueda o acceso a la información. Sin embargo, es necesario conceptualizar lo que se puede entender por información, de lo cual se propone el siguiente concepto:

La información es el significado que otorgan las personas a las cosas. Los datos que se perciben mediante los sentidos, estos los integran y generan la información necesaria para el conocimiento quien permite tomar decisiones para realizar las acciones cotidianas que se aseguran la existencia social. El ser humano ha logrado simbolizar datos en forma representativa, para posibilitar el conocimiento de algo concreto y creó las formas de almacenar y utilizar el conocimiento representado (Goñi, 2000, pág. 203).

Del concepto referido, la información es aquello que tiene un contenido de interés y de conocimiento, lo que sirve para cumplir con un propósito o deber determinado. Por lo tanto, todo cuanto se pueda percibir por los sentidos y que sea inteligible o comprensible a la razón humana es considerado como información. Dicho registro de datos es almacenado por el ser humano de distintas formas, pero es necesario recalcar aquella información que es de interés general para un grupo, comunidad o la especie humana en general como su máxima extensión de emisores y destinatarios. Es así, que existen diferentes grupos de datos que a través de la historia se han ido registrando o almacenando, y se lo continúa haciendo, ya que dicho elemento permite el desarrollo de cada persona y de los grupos sociales o de la humanidad misma en diferentes ámbitos de la vida.

Definido lo que se entiende o comprende por información, se debe señalar que la información es objeto constitutivo de un derecho humano o fundamental, este es el derecho a la libertad de información. El derecho a la libertad de información es de connotación pública. Si bien es cierto, el derecho al acceso de una información puede ser de carácter privado también, como en el caso en que un ciudadano quiere acceder a sus datos personales en una institución por ejemplo un banco, pero no le proveen su información personal, por lo que su derecho a acceder a dicha información se ve garantizado por la garantía constitucional de habeas data. No obstante, el presente artículo se enfoca en este punto de su redacción en tratar lo relacionado con la información pública, lo cual se debe al hecho de poseer un dominio de discusión jurídica más amplia en cuanto a su fundamentación y la opinión ciudadana.

Es así, que el derecho a la libertad de información es abordado en una perspectiva de derecho más social que de carácter personal, a pesar de que también lo comprende como una necesidad. De tal forma, que tal necesidad constituye un derecho humano y fundamental para toda persona. Es así, como surge el derecho a la libertad de información, del cual se señala:

La libertad de información ha sido reconocida no sólo como un elemento crucial para una democracia participativa, de transparencia y de buen gobierno, sino también como un derecho humano fundamental, comúnmente considerada como un aspecto del derecho de libertad de expresión (Mendel, 2003, pág. 41).

La libertad de información es un elemento constitutivo de la democracia, por cuanto le permite al pueblo acceder o conocer ciertos datos o registros informativos, para disponer de ellos en una cuestión que atañe a un grupo conglomerado social con fines de proteger un interés, derecho o necesidad. Por lo tanto, todo ciudadano tiene el derecho, a su vez que la garantía de poder acceder a la información pública, por cuanto el Estado está obligado a cumplir con un deber de transparencia que es propio de todo régimen constitucional y democrático, en que todo ciudadano y el pueblo como tal, hacen uso de su soberanía como una fuente de poder para la organización social, siendo que dicho derecho se deriva de la libertad de expresión.

Así mismo, en la doctrina se profundiza con respecto a este derecho en los siguientes términos:

La libertad de información entraña una doble faceta: la libertad de información activa, es decir, el derecho a comunicar libremente información veraz (hechos noticiosos con trascendencia pública) por cualquier medio de difusión, y la libertad de información pasiva o derecho a recibir aquella.(Escobar de la Serna, 2004, pág. 356).

El derecho a la libertad de información implica la comunicación y recepción de la misma, pero esta debe estar constituida por elementos de veracidad para que no afecte otros derechos o intereses de quienes la requieran. De tal forma, que este derecho necesariamente debe acreditar el factor de veracidad, a fin de que no se den interpretaciones o difusión de datos erróneos que pudieren propagarse o expandirse de forma notoria, lo cual crea inseguridad y desacierto en la sociedad, sea que tal difusión se produzca por cuestiones de tipo noticioso o por relevancia pública. En todo caso, la libertad de información siempre deberá sustentarse en la verdad.

Se plantea entonces, que el derecho a la libertad de información es la garantía al acceso de datos de relevancia social, los cuales pueden nutrir y como en efecto lo hacen de forma recurrente al derecho a la libertad de opinión y al derecho a la libertad de expresión, cada uno dentro de los espacios y con las características que le han sido descritos a lo largo de la redacción de este artículo académico. Acorde a todos los enunciados manifestados, el derecho a la libertad de información no solo obedece a cuestiones de un derecho declarado por las normas jurídicas, sino que también es una forma en que la democracia y la soberanía popular se ven respaldada en la defensa de intereses sociales, para los que se necesita de evidentemente del los recursos fácticos o argumentales que se desprendan de la información requerida o que les corresponda por parte del Estado y de sus respectivas entidades del poder público.

3. El derecho al honor y el derecho a la honra

Como se había señalado, la libertad de expresión, y en la que se incluyen el derecho a la opinión y a la libertad de información tiene sus límites, y por el argumento que se planteó con anterioridad, no porque no sean derechos absolutos o totales, sino que existe el derecho ajeno, donde es otro espacio de protección jurídica que debe ser reconocido. Entonces, dicho límite de los derechos señalados es el respeto al honor y a la honra de la persona o entidad sobre los que se dice algo. No obstante, es necesario indicar que entre ambas expresiones de honor y honra corresponde efectuar una distinción, la que tiene por finalidad una correcta aplicación de los términos para la defensa de sus derechos. Por lo tanto se proponen las siguientes concepciones:

El honor es uno de los efectos que se siguen de las acciones que encierran virtud, la sombra que proyecta socialmente la virtud...el honor es uno de los modos que tiene el hombre de manifestarse pública y socialmente, aunque esta manifestación no sea sino la proyección necesaria de algo exterior: la existencia de acciones justas que en razón de su fuerza difusiva, tienen trascendencia social, es decir, comunican sus efectos a un ámbito social (Soria, 1981, pág. 18).

El honor se ve representado como una cuestión de valores, por el cual cualquier ser humano es reconocido como una persona de bien, por lo que es asociado como una virtud, la que puede ser también definida como la cualidad o la característica de poseer actitudes positivas. Es así, que mediante el honor cualquier persona se construye o edifica una imagen favorable y de digno reconocimiento ante su entorno próximo o habitual y con alcance a un mayor rango de distinción social. En todo caso, el honor es uno de los bienes fundamentales que forman parte de la dignidad de un ser humano y que se ven tutelados por los derechos humanos y fundamentales.

Por otra parte, se dice con respecto a la honra:

(...) la honra es el derecho fundamental que busca proteger el valor intrínseco de las personas frente a la sociedad y evitar todo menosprecio o acto difamatorio que lesione la apreciación o fama que los demás tengan de una persona. (Fuentes, 2011).

Respecto a la honra, aquella es reconocida como un valor de apreciación social que se forma un juicio de valor más profundo acerca de las cualidades de una persona, por lo que la honra debería representar la ausencia de tacha o de reproche de la conducta de un individuo. Es tal la importancia de la honra, que suele ser requerida como una característica que debe acompañar a las destrezas o virtudes del conocimiento de una persona, tanto en el plano de sus relaciones privadas, así como también al momento de exteriorizar su comportamiento en otras esferas de la convivencia humana, y muy de modo particular en lo concerniente a las relaciones laborales y profesionales.

Otra de las apreciaciones conceptuales de lo que implican la honra y el honor, encuentran su argumentación desde el punto de vista etimológico, por lo cual se cita como referencia la definición aportada por el Gran Diccionario Enciclopédico Visual (1996), el que define a la honra como: “una estima y respeto de la propia dignidad”, entre otros conceptos la precisa en términos de “buena fama” de una persona. Respecto al honor, lo concibe como “una cualidad moral que nos obliga al cumplimiento de nuestros deberes”, “gloria o buena fama” (pp. 653-654).

En síntesis, la honra es una cuestión de percepción social o exterior respecto de las cualidades morales de una persona. En cambio el honor es la percepción personal que el propio individuo tiene en relación con sus valores. Ambos términos guardan similitud, pero lo que cambia es la cuestión de la percepción y respecto de quien tiene la óptica acerca de las cualidades de cualquier tipo de persona. Dicho en otros términos, lo que se reconoce en términos jurídicos más amplios es el derecho a la honra como el bien jurídico que tiene un rango de carácter superlativo debido a que es un derecho humano, así como se ve reconocidos como derecho fundamental en las distintas cartas constitucionales a nivel planetario.

4. Normas de derecho internacional que garantizan el derecho a la libertad de expresión.

El derecho a la libertad de expresión, que es el que ocupa la dedicación en la redacción del presente artículo, por ser parte de los derechos humanos, siendo que es uno de los derechos de mayor relevancia y necesidad para que el ser humano pueda vivir con bienestar y dignidad, se encuentra estipulado por diferentes normas de derecho internacional. Por cuestiones prácticas, no se incurrirá en determinar el origen del derecho a la libertad de expresión, puesto que el ser humano no nació condicionado para expresarse, además la propia condición humana históricamente en la medida en que el derecho y las leyes han ido surgiendo y evolucionando, ha ido estableciendo los fundamentos para que la legislación a nivel universal y a nivel de cada Estado reconozca la necesidad de establecerlo, reconocerlo, garantizarlo, protegerlo e implementarlo de acuerdo con las herramientas o garantías de conformidad con cada legislación aplicable.

Es así, que para efectos de simplicidad, concreción y mejor comprensión de la defensa del derecho a libertad de expresión, solo se hará una enunciación de las normas de derecho internacional que lo reconocen y tutelan, y se formará un pensamiento interpretativo o crítico del espíritu de dichas normas concebidas como un solo conjunto. Entre las principales normas que reconocen el derecho a la libertad de expresión, entre los que se incluye también en algunas de ellas a la libertad de opinión se tienen: la Declaración Universal de Derechos Humanos en sus artículos 19 y 29; el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos en su artículo 19 y 20; la Convención sobre los Derechos del Niño en su artículo 13; la Convención Internacional sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Racial en

artículo 4; la Convención Americana de Derechos Humanos en sus artículo 13 y 14; la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre en su artículo IV; a nivel de instrumentos de derechos humanos a nivel continental distintos a América se dispone la Carta Africana sobre los Derechos Humanos y de los Pueblos en su artículo 9; y, la Convención Europea para la Protección de los Derechos Humanos y Libertades Fundamentales en su artículo 10.

En esencia, las mencionadas normas de Derechos Humanos proclaman el derecho a la libertad de expresión, de lo cual se desprende que este derecho no puede verse coartado, ni suspendido, tampoco extinto. Sin embargo, estas normas sí reconocen que este derecho a la libertad de expresión puede verse limitado, pero con sujeción a las normas propias de los derechos humanos, y las normas constitucionales y legales de cada Estado. Esta limitación se debe al respeto al derecho ajeno, tal y como se ha señalado por el respeto a la honra o al honor de cada persona. Estas mismas disposiciones aplican respecto al derecho a la opinión y a la búsqueda o acceso a la información, tanto en las cuestiones de carácter público como privado.

Tal como se puede inferir de las normas enunciadas, el derecho a la libertad de expresión es protegido de forma que se ejerza a plenitud, sin que se vea afectado o condicionado por actitudes arbitrarias o injustificadas, puesto que la única limitante o restricción es cuando la expresión disponga de un contenido que pueda afectar a la honra y a la imagen de una persona o entidad, por lo cual es necesaria la limitación de forma legal, a fin de que la libertad de expresión no se convierta en libertad de ofensa o autoritarismo. Como se ha señalado con anterioridad hay distintos espacios en los cuales el derecho a la libertad de expresión puede ser ejercido, pero los límites siempre deberán ser considerados para no afectar a la integridad de otra persona, y con esta premisa no darse paso a alegaciones inciertas o imprecisas en que la libertad de expresión se está viendo perjudicada.

5. El derecho a la libertad de expresión y sus restricciones jurídicas en el Ecuador. - Su relación con la Constitución. - Problemática jurídica y acontecimientos sociales que han cuestionado el ejercicio de este derecho.

La libertad de expresión es uno de los derechos fundamentales reconocidos por la Constitución de la República del Ecuador en su artículo 66 numeral 6. En este derecho también se encuentran comprendidos el derecho a la libertad de opinión previsto en el mismo artículo de la norma *ibídem*, y el de la libertad de información en los numerales 19 y 25 del artículo ya mencionado. Cabe recalcar que los derechos a la libertad de opinión y de información, ya descritos y diferenciados con anterioridad se encuentran comprendidos en el de la libertad de expresión, ya que este los contiene a ambos siendo la libertad de expresión el continente, y la de opinión e información los contenidos. No obstante, el enfoque analítico se centra en el continente por ser de espectro más amplio de estudio y conjeturas jurídicas.

Como se había dicho con anterioridad, uno de los problemas que existen en el ejercicio del derecho a la libertad de expresión es que la Constitución ecuatoriana lo reconoce, pero no lo define. Es por tal motivo, que a lo largo de la historia del derecho ecuatoriano y del propio derecho universal, han existido muchos litigios en los que han existido álgidas discusiones jurídicas en cuanto a la interpretación y tutela de este derecho. Se debe indicar, que el derecho a la libertad de expresión es una cuestión muy subjetiva de apreciación, por lo que resulta muy complejo definirlo no obstante que, la jurisprudencia nacional e internacional e instrumentos de derechos humanos con el devenir del tiempo han ido desarrollando ciertas definiciones, pero la discusión o el debate jurídico subsiste, por lo que presentar más teorías o concepciones podría desviar la idea de practicidad que se ha sustentado hasta el momento, que lejos de ser definitivas, pero al menos tratará de evitarse muchos conceptos desenfocados y difusos que se suelen dar al momento de argumentar la defensa o crítica de este derecho en la *praxis* jurídica.

Es así, que al momento del debate jurídico se presentan muchas imprecisiones por acudir a muchas doctrinas y jurisprudencias, que son útiles, pero que deberían ser mejor canalizadas, por lo que el texto constitucional debería proponer una definición que explique, delimite, oriente y tutele de mejor forma el derecho a la libertad de expresión, esto a fin de evitar muchas discusiones que no parten de una base concreta o de mayor aceptación en el derecho. Como bien es una premisa indiscutible en el derecho, la Constitución es la norma suprema, por lo que ninguna otra norma puede oponerse a su contenido. Por lo tanto, si la Constitución propone una definición del derecho a la libertad de expresión, esta pesará más que la propia doctrina e interpretación de la jurisprudencia, considerando que esta última debe

sustentarse en la Constitución. En caso de que no existiría en el futuro una definición propuesta por la norma suprema, entonces, se atenderá a las circunstancias del caso concreto del análisis que se desprenda de la doctrina y la jurisprudencia tanto de derecho nacional como de derecho comparado.

A sabiendas de esta premisa o propuesta enunciada, el derecho al honor (aunque se estima que debería ser el de la honra por los antecedentes ya explicados) se encuentra reconocido por la Constitución ecuatoriana en su artículo 66 numeral 18. Este reconocimiento es la limitante del ejercicio del derecho a la libertad de expresión, lo cual es consecuente con el respeto a las libertades de los demás, lo cual es correcto y adecuado. Sin embargo, de acuerdo con las necesidades del caso concreto se tiene que analizar sobre el derecho que prevalece. Ahora que es importante indicar, que la honra se ve afectada cuando la información es falsa e injuriosa, porque si existe una afirmación sustentada en la verdad, con pruebas y argumentos suficientes, la persona sobre quien recae la crítica, ella misma se ha encargado de despojarse de su honra. Esto se menciona, porque las personas aludidas emplean el argumento a la honra para coartar el derecho a la libertad de expresión, siendo que consideran que existe una difamación, pero todo derecho tiene sus límites y la honra se desvanece cuando alguien actúa de forma contraria a hacer el bien, dado que si fuera una acusación falsa ahí sí se afectaría a la honra.

Establecidas las pautas fácticas y jurídicas de las líneas anteriores, debe indicarse que en el Ecuador se han producido algunos acontecimientos que han llevado a plantearse el interrogante de que si el derecho a la libertad de expresión se ve plenamente garantizado, o si es que por el contrario se ve incumplido y restringido injustificadamente. Entre algunos episodios se tiene el caso del Diario el Universo, el de agrupaciones sociales que fueron procesadas por delitos de terrorismo, de concejales o demás personajes políticos que han sido procesados por publicaciones que han expresado críticas o desacuerdos con el régimen gubernamental actual.

Los acontecimientos señalados en cuestión han evidenciados pugnas de carácter político, y es de considerar que el ámbito político es uno de los campos sociales de mayor trascendencia pública, por cuanto siempre se van a registrar múltiples sucesos que se vean constituidos o caracterizados por declaraciones de distintas personas conocidas o no en el contexto social, cuyo contenido se ve representado por expresiones que pudieren ser consideradas como lesivas, difamatorias y atentatorias contra la honra de los personajes criticados. Es así, que el derecho a la libertad de expresión adquiere un juicio de valor por parte de la comunidad, juicio que es efectuado con mayor profundidad si se trata de situaciones de gran conocimiento para la opinión pública.

Entonces, al reconocer que mientras un suceso concite una mayor atención de la opinión pública, mayor va a ser su análisis jurídico. De tal modo, que en desde el orden constitucional vigente desde el 2008, el Estado constitucional de derechos y justicias en el Ecuador se ve reforzado por el garantismo, Esto consiste que existen mayores principios y fundamentos reconocidos por el texto de la Carta Magna y las demás leyes que conforman el ordenamiento jurídico para que los derechos fundamentales se vean tutelados y cumplidos de forma efectiva. No obstante, el derecho a la libertad de expresión y de opinión son parte de estos derechos fundamentales, los casos antes mencionados hacen pensar de que tales derechos parecieran ser solo un espejismo dado que la clase política gobernante ha impuesto límites y exigido sanciones que han sido muy discutidas, puesto que el contexto o perspectiva no ha denotado un amplio consenso público de afectación a la honra de las personas sujeto de críticas, más bien se ha llegado a señalar que muchas de dichas expresiones de ciertas personas o grupos de personas son el eco de un clamor social de grandes proporciones, aunque no absolutas pero sí significativas.

Casos como el del Diario El Universo, en el cual el Presidente de la República Rafael Correa demandó a los directivos de dicho medio de prensa y a uno de sus editores porque en el artículo “No a las mentiras” publicado en ese diario el domingo 6 de febrero del 2011, el columnista Emilio Palacio señaló que en los hechos del 30 de septiembre de 2010 en la rebelión policial en contra del primer mandatario por la aprobación de la Ley del Servicio

Público, en la cual los miembros de la Policía Nacional y Fuerzas Armadas ecuatorianas formarían parte de la misma; habría ordenado “se dispare fuego a discreción y sin previo aviso contra un hospital lleno de civiles y de gente inocente” (Palacio, 2011). Además en dicho artículo se manifestaron otro tipo de acusaciones o críticas al primer mandatario. Tal acontecimiento, dió lugar a que el Presidente de la República demandará a Palacio y a los principales directivos del diario, por el delito de injuria calumniosa.

Tal acontecimiento derivó en un juicio penal de acción privada sin precedentes en la historia ecuatoriana en la investigación y sustanciación de dicho tipo de causas, por cuanto el primer mandatario consideró que tal publicación atentaba contra su honra y que se configuraba el tipo penal de la injuria. No obstante, otros sectores de la clase política y por las opiniones de muchos ciudadanos se consideraba de que no existía tal ofensa, por ende no existiría la injuria y por ende el delito, más bien se trataba de un episodio que a su consideración se tomaba por la publicación de hechos que se estimaban como verdaderos y que dicho enjuiciamiento era atentatorio contra la libertad de expresión. Sin embargo, el 27 de febrero del 2012 el Presidente de la República indultó a los procesados lo que supuso el fin de tan enconado litigio.

Tal caso, sembró en el ámbito jurídico la discusión de si en verdad era respetada la libertad de expresión en el Ecuador como derecho fundamental. Si bien es cierto, por otro lado el Presidente de la República como ciudadano estaba en su derecho de respetar el derecho a la honra, ante los sucesos que tuvieron lugar el 30 de septiembre de 2010, el señor Palacio redactó un editorial en el cual gran parte de los hechos fueron de gran notoriedad pública, sin embargo, al tratar de suponer un adentramiento en el litigio se debe reflexionar de que existen hechos que se podrían probar y otros que quizás no. En cuanto a lo que concierne al presente artículo, solamente concierne referir el antecedente que lleve una crítica académica que se consolidará en posteriores líneas, puesto que demostrar los hechos es parte de un litigio que ya fue resuelto por la administración de justicia.

Se estima también, que han existido muchos otros casos en los que se procesaron a personas porque se ha considerado que sus manifestaciones habrían afectado a la honra de algunas personas o funcionarios públicos, también se ha argumentado de que se ha tratado de delitos contra la seguridad del Estado, en fin, lo que se ha considerado como libertad de expresión, han sido apreciadas o catalogadas como excesos de dicha libertad en la que se invadieron otros espacios en los que existen bienes jurídicos tutelados como la honra y la seguridad ciudadana y quizás

algunos otros que se pudieren determinar en beneficio de una o más personas. Esto ha motivado a que se determinen tipos penales para iniciar procesos por conductas que han lesionado a criterio de los que se presentaron como ofendidos o agraviados a sus derechos fundamentales como parte de su integridad y libertad.

Casos como los “10 de Luluncoto”, de Marcelo Rivera, del concejal y Vicealcalde Eduardo del Pezo quienes fueron sentenciados y declarados culpables, en los dos primeros casos porque en manifestaciones públicas en contra del régimen se argumentó la adecuación de la conducta por delitos de terrorismo, y en el caso del señalado concejal por haber proferido expresiones en descrédito o en contra de la honra del Presidente de la República. Tales acontecimientos, supondrían un exceso de poder político que no toleraría las críticas a su gestión o personalidad de cualquiera quien lo represente, por lo que se ha generalizado en el Ecuador el criterio de que se está coartando el derecho a la libertad de expresión, y que las supuestas afectaciones del respeto al derecho ajeno a la honra solo serían el pretexto para acallar las críticas por el argumento de que se ha extralimitado la libertad de expresión.

Ante estos eventos ocurridos, es necesario indicar que no es que se juzgue o se penalice la libertad de expresión, si fuera así, entonces no se hablaría de un derecho fundamental, sino de un delito. Lo que se penaliza o juzga es la extralimitación de dicho derecho, que al salir de su esfera se convierte en una conducta ajena o distinta a la libertad de expresión, por lo que se originan conductas punibles tales como: injurias calumniosas y no calumniosas, actos de terrorismo, daños a la propiedad privada, entre otros, solo por citar algunos ejemplos, siendo que dichas conductas son penalizadas. Ahora que decir si la libertad de expresión en el Ecuador se ve plenamente reconocida o restringida es una cuestión muy subjetiva, porque no siempre lo evidente termina siendo completamente cierto.

A pesar de que como se manifestó, el estimar múltiples apreciaciones respecto a dilucidar entre el garantismo o la restricción respecto al derecho a la libertad de expresión en el Ecuador, en lo personal se estima de que tal derecho más que restricciones carece de una definición normativa a la luz de la Constitución, aquello crea vacíos normativos y de fundamentación socio jurídica que terminará sucumbiendo frente al derecho ajeno si es que la discusión está situada en el ámbito político. En el caso de cuestiones de orden privado o que no esté sometido al juicio de valor público y se enfatiza el tinte político, es muy probable de que el derecho a la libertad de expresión se vea restringido. Ahora que las restricciones no son socialmente concebidas como limitar aquellas expresiones que en verdad causen ofensa, sino que existe la creencia y convicción social de que la restricción es impedir la totalidad o una parte relevante de la expresión, lo que podría decirse que es un problema hasta cierto punto previsible en la realidad jurídica ecuatoriana. Sin embargo, como se ha señalado, el tema en cuestión es muy subjetivo.

En todo caso, los límites al derecho a la libertad de expresión siempre existirán, pero al decir que hay una limitación es marcar el espacio en que la expresión no represente una ofensa o amenaza a otros bienes jurídicos protegidos como la honra, la seguridad ciudadana, la integridad individual, entre otros. En tal medida, la libertad de expresión en cuanto a su reconocimiento y ejercicio sí presenta ciertos problemas de restricción, pero por la tipificación de ciertas conductas que resultan de una falta de precisión normativa más que de intencionalidad de prohibir expresar tales o cuales criterios de persona alguna, porque es importante indicar que sea quien sea la persona destinataria de un supuesto agravio, es natural que cada quien requiera defenderse. En cuestiones políticas, prácticamente el mismo problema subsistiría de parte de quien sea sujeto de crítica si fuera otro tipo de personas y de régimen político, con la diferencia de que quizás existan otros medios, mecanismos o fundamentos jurídicos para proteger sus derechos o intereses.

Ahora bien, la libertad de expresión como derecho fundamental existe, se ejerce, no cabe duda de su existencia, pero sí debe destacarse que ha habido apreciaciones que políticamente la han restringido en casos puntuales pero que no han presentado un escenario de represión de largo alcance, además, de que las expresiones que se han juzgado han sido más bien acusaciones en las que se debió haber presentado mayor argumentación y pruebas que las fundamenten, por lo que la

libertad de expresión por más de que garantice decir todo lo que se quiera, debe tener responsabilidad y etnicidad, por lo que es de considerar muchas de las precisiones o apreciaciones conceptuales expresadas en el desarrollo del presente artículo. Por consiguiente, como autor del presente artículo propongo el siguiente pensamiento que permita una mejor defensa lógica y jurídica del derecho a la libertad de expresión:

“El problema del derecho a libertad de expresión, más que de uso en sí es de interpretación de lo que entraña”. Ab. Shaffick Juez. Msc.

Conclusiones

El derecho a la libertad de expresión es un derecho que es de carácter muy subjetivo, aquello se comprueba porque no se aprecia unanimidad o consensos ampliamente difundidos con relación a lo que es o representa, esto se corrobora a través de las distintas doctrinas, y legislaciones a nivel nacional e internacional. Uno de los problemas que el derecho a la libertad de expresión conlleva es que no es concretamente definido. Este derecho a su vez contiene los derechos a la libertad de opinión y de información. La libertad de expresión tiene como límite el derecho a la honra u otros bienes ajenos. A su vez, este derecho tiene una mayor connotación cuando su espacio de valoración y reflexión atañe a casos que son de gran notoriedad e interés social. Respecto a la interrogante que define el título del presente artículo, el derecho está garantizado, pero las restricciones que sí lo afectan en buena parte de su ejercicio se debe a la imprecisión normativa, y porque en los casos señalados se efectuaron acusaciones que debieron haber sido o más prudentes o recabar pruebas fehacientes de las afirmaciones, esto entonces implica que el derecho a la libertad de expresión en el Ecuador como problema principal tiene su falta de precisión como derecho fundamental de acuerdo con los argumentos antes señalados.

Recomendaciones

Se recomienda que el derecho a la libertad de expresión esté definido por la Constitución, para que su concepto prevalezca sobre cualquier otra norma o argumentación existente en el ordenamiento jurídico ecuatoriano, salvo que existan definiciones y tutela de derechos que sean mejor direccionados de lo que se pudiere plasmar en la Constitución ecuatoriana, en tanto no afecte a los derechos de los demás, considerando que este derecho tiene sus límites de ejercicio que no trasgredan el espacio de bienes fundamentales de otras personas. Por lo tanto, debe existir una apreciación básica y fundamental desde la perspectiva de la Constitución para que la libertad de expresión sea reconocida y tutelada de forma más efectiva.

Bibliografía

1. Alarcón, P. (2009). *El derecho a la libertad de opinión, de expresión y de comunicación contemplados en la Constitución de la República del Ecuador, sus efectos y limitaciones jurídicas*. Loja: Universidad Particular de Loja.
2. Corral, F. (2010). *La libertad de Expresión: derecho humano y Fundamento de la Democracia*. Quito: Abya Yala.
3. Escobar de la Serna, L. (2004). *Derecho a la información*. Madrid: Dykinson.
4. Fontaine, A. (1984). *Libertad de Expresión y Cultura*. Santiago de Chile: Centro de Estudios de la Prensa, Universidad Católica de Chile.
5. Fuentes, M. (Diciembre de 2011). *SciElo*. Recuperado el 5 de Octubre de 2016, de www.scielo.cl/scielo/:
http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-68512011000200014
6. Goñi, I. (2000). Contribuciones breves. Algunas reflexiones sobre el concepto de información y sus implicaciones para el desarrollo de las ciencias de la información. *ACIMED*, 201-207.
7. Gran Diccionario Enciclopédico Visual. (1996). *Honra*. Santa Fé de Bogotá: PEV IATROS EDICIONES LTDA.

8. Jellinek, G. (2003). *La Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano*. Ciudad de México: UNAM.
9. Mendel, T. (2003). Libertad de información: Derecho humano protegido internacionalmente. *Derecho comparado de la información* , 41-74.
10. Palacio, E. (6 de Febrero de 2011). No a las mentiras. *Diario El Universo* .
11. Real Academia Española. (s.f.). *Real Academia Española*. Recuperado el 2 de Octubre de 2016, de <http://dle.rae.es>: <http://dle.rae.es/?id=HL0WDTE>
12. Soria, C. (1981). *Derecho a la información y derecho a la honra*. Barcelona: Editorial Ate.
13. Suárez, C. (2000). *El derecho de rectificación, declaración o respuesta y la libertad de emitir opinión y de informar*. Talca: Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Universidad de Talca .
14. UNESCO. (2011). *Libertad de Expresión, Debates, Alcances y Nueva Agenda*. Quito: V&M.

016. FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y JURÍDICOS PARA LA EFECTIVA INTEGRACIÓN DEL SISTEMA DE NORMAS DE PROTECCIÓN DEL MEDIO HUMANO EN EL ECUADOR.

Autores:

PhD. Duniesky Alfonso Caveda.

Doctor en Ciencias Pedagógicas. Contralor Académico. Docente titular de la Facultad de Derecho en la Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador.

Ab. Silvia Patricia Boderó Pesantes.

Abogada. Directora de Talento Humano en la Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador.

RESUMEN.

La protección al medio humano se convierte en uno de los objetivos primordiales de la toma de conciencia social y política. Desde lo gubernamental, se reconoce como corresponsabilidad estatal y ciudadana. En este sentido, la propia visión del Derecho Ambiental como *softlaw*, impide una protección efectiva por medio de acciones coercitivas lo que, pone en peligro el uso y disfrute real de los derechos vinculados al tema con las concebidas consecuencias de inoperancia jurídica de las normas. Por ello, se hace necesaria una integración efectiva del sistema de normas de protección del medio humano en el Ecuador.

Palabras claves: MEDIO HUMANO, PROTECCIÓN CONSTITUCIONAL, DELITO AMBIENTAL.

Summary:

The protection of the human environment becomes one of the primary objectives of making social and political consciousness. Due to the fact that the government, is recognized as a state and also as having a civic responsibility. In this sense, the vision itself of environmental law as *softlaw*, prevents effective protection through enforcement action which endangers the actual use and enjoyment of rights linked to the issue of the legal consequences of a lack of action conceived by the law standards. Therefore, an effective integration of the standards system of the human environmental protection in Ecuador is required.

Keywords: HUMAN ENVIRONMENT, CONSTITUTIONAL PROTECTION, ENVIRONMENTAL CRIME.

INTRODUCCIÓN.

La protección al medio humano, como derecho inalienable e intransferible del hombre, se convierte en uno de los objetivos primordiales de la toma de conciencia social y política. Una visión holística del objeto de protección implica una integración jurídica a nivel internacional y su derivación natural en los ordenamientos jurídicos nacionales.

En la actualidad la protección medioambiental se reconoce como corresponsabilidad estatal y ciudadana. La República del Ecuador, a tono con esta realidad lo asume y profundiza en cuestiones novedosas como la naturaleza en términos integrales y la biodiversidad. De esta forma, la visión constitucional favorece que la protección vaya más allá de un conjunto de derechos al adquirir rango constitucional y supra-legal.

A pesar de ello, cuestiones cómo la efectiva tutela de tales derechos y los procedimientos legales para su positivo disfrute y aplicación constituyen elementos por desarrollar en la práctica jurídica penal ecuatoriano. La correlación e integración iusfilosófica entre constitución y ordenamiento jurídico material adolece de la falta de una visión holística que favorezca una implementación, respeto y aplicación real conforme a derecho.

La presente investigación está dirigida a establecer los fundamentos esenciales de una propuesta jurídico-holística, del sistema de normas de protección del medio humano, de manera que, favorezca su pleno y efectivo ejercicio.

Los métodos, reconocidos como los orientadores de la investigación, se sustentan en la idea del Derecho como ciencia y se identifican como:

- **Histórico-lógico:** para la visión histórica de lo investigado y su evolución jurídica y social;
- **Teórico-jurídico:** en el análisis doctrinal de las instituciones abordadas;
- **Exegético-analítico:** para desde un estudio teórico, emitir los necesarios juicios de validez y eficacia de las normas jurídicas analizadas.

DESARROLLO.

I. El Derecho al medio ambiente como derecho humano. Breve evolución histórica.

La dicotomía hombre – naturaleza constituye desde décadas anteriores tema de discusión entre estudiosos y científicos de todo el mundo. El enciclopedista francés Holbach (1770) afirmó: “el hombre ha sido la obra de la naturaleza, no existe más que en ella y es regido por sus leyes...” (...) lo que lo convierte en espectador y porción del universo...” (p. 169). Reconocer lo anterior se convierte en el primer paso de una toma de conciencia medioambiental que ponga coto al deterioro irreversible a que está sometido nuestro planeta.

La conocida Conferencia sobre Medio Humano, Estocolmo, Suecia en el año 1972 se señala como los inicios del Derecho Ambiental a nivel internacional. No obstante, algunos autores reconocen la existencia de una prehistoria o etapas de desarrollo de este derecho. Juste (1999) identifica:

Era del utilitarismo ambiental: dirigida a la protección de los elementos del ecosistema con utilidad para la producción, el comercio y el consumo. Era de la naturaleza virgen: sus intervenciones recaen sobre los espacios ambientales y las riquezas biológicas de territorios vírgenes colonizados. Etapa de inicio de la preocupación ambiental: periodo de aprobación de instrumentos convencionales para la protección de las aguas y prohibición de ensayos nucleares en los espacios terrestres, ultra-atmosférico y submarino. Era ecológica: se inicia con la llamada de alerta de grupos de científicos de todo el mundo, facilitando el surgimiento de un nuevo pensamiento ecológico. (p. 5)

Sin embargo, es el foro de Suecia de 1972, convocado mediante Resolución 2398 (XXIII) de la Asamblea General de las Naciones Unidas de fecha 3 de diciembre de 1968, el primer paso a escala mundial que agrupó a los Estados bajo la idea común de proteger el medio ambiente. Lo trascendente de esta convención estribó en aceptar al hombre como centro de la problemática ambiental, reconociendo la existencia del llamado medio humano como componente importante dentro del medio ambiente. El proceso que tuvo su punto de partida en el denominado Informe Brundtland, y que introduce el novedoso concepto de desarrollo sostenible, publicado en 1987, culminó con la convocatoria a la Conferencia de Río, documento de trascendental importancia en el programa de acción sobre desarrollo y medio ambiente.

Su resultado más plausible lo fue la idea del anunciado derecho sostenible como fundamento para la solución de los problemas medio ambientales situando al hombre en el centro de las preocupaciones, definiendo el principio de responsabilidad compartida pero diferenciada y reconociendo que la paz, el desarrollo y la protección ambiental son interdependientes e indivisibles.

El constante meditar de las naciones sobre la realidad ambiental, conllevó a que en la Sesión del Milenio celebrada en el año 2000, reconocida como la antesala de la Cumbre de Johannesburgo, la Asamblea General de las Naciones Unidas conviniese realizar un análisis del avance obtenido en los últimos 10 años en la ejecución de los acuerdos alcanzados en la Cumbre de Río como objetivo principal a cumplir en la cita de Sudáfrica en el 2002.

Finalmente El Proyecto de Plan de aplicación de las decisiones de la Cumbre, incurrió en el error de renegociar los acuerdos ya alcanzados en cumbres anteriores, no obstante estableció un plan de acciones conocido como Programa 21 y compulsó a los Estados a la implementación de políticas nacionales económicas, ambientales y sociales racionales que tuvieran en cuenta los intereses y las necesidades de la población, el imperio de la ley, las medidas de lucha contra la corrupción, la igualdad entre los géneros y un entorno propicio a las inversiones como la base del desarrollo sostenible.

Es importante destacar el trabajo desarrollado por el Centro para la Prevención Internacional del Delito, como institución encargada de brindar a los estados asesoría consultiva y técnica para el empoderamiento de mecanismos efectivos para la protección del medio ambiente desde el Derecho Penal. El informe sobre el sexto periodo de sesiones de la Comisión subrayó la función esencial del Derecho penal en la protección del medio ambiente con inclusión de esferas como el tráfico ilícito de los desechos peligrosos y las sustancias nucleares (párrs. 79 y 80).

I.1. Derechos Humanos, medio ambiente y protección jurídica.

Las cuestiones relativas a la protección del medio ambiente han sido también abordadas en el marco más específico del *Derecho Internacional de los Derechos Humanos*. En ese contexto, se admite que no puede lograrse el desarrollo y la plenitud del ser humano, que son los objetivos fundamentales de los derechos humanos, si el medio ambiente sufre graves daños. Así pues el *derecho a un medio ambiente sano* se considera como un elemento fundamental de los derechos humanos. Ese derecho está expresamente estipulado en tratados internacionales, en textos no convencionales y en las constituciones de muchos Estados.

En este sentido, La Declaración Universal de los Derechos Humanos, 1948 reconoce que la paz, la seguridad y el desarrollo mundial solo son posibles cuando existe un respeto irrestricto a la familia humana y en sus inicios reconoció dos grandes grupos: los derechos civiles y políticos y los derechos económicos, sociales y culturales. No obstante, el propio desarrollo social trajo como consecuencia la necesaria aceptación de nuevos derechos nacidos a la luz de la evolución humana. Es por ello que en las últimas décadas comienzan a reconocerse determinados derechos que actúan como límite al uso y disfrute de los recursos para su conservación a favor de las futuras generaciones.

Los llamados derechos de la solidaridad o tercera generación vinculados a la calidad de vida en la tierra, se resumen en los derechos a un medio ecológico sano, al disfrute del patrimonio de la humanidad, el derecho al desarrollo y el disfrute a la paz. El derecho a la vida se convierte en el fundamento para reconocer el derecho al medio ambiente sano como un derecho humano. La correlación calidad de vida, disfrute efectivo y medio ambiente explica lo anterior.

Lo planteado parte de la condición de progresividad del derecho a un medio ambiente sano. Para el pleno ejercicio individual y colectivo de este derecho se requiere no solo su regulación por parte de los ordenamientos jurídicos sino y principalmente que los estados cuenten con las condiciones materiales necesarias para lograr su efectividad. De tal forma, el carácter progresivo se implementa al permitir a los estados la creación progresiva de tales condiciones y su consabida regulación en el marco constitucional.

I.2 La protección constitucional del medio ambiente. La experiencia ecuatoriana.

Si bien la década de los 70 del pasado siglo marca el inicio de la protección ambiental a escala global, en el ámbito jurídico interno y esencialmente constitucional, el derecho al medio ambiente sano no pasaba de ser un aspecto marginal dentro de las constituciones. Esta situación es revertida a partir de los instrumentos jurídicos internacionales aprobados en materia ambiental y la universalización de una conciencia ambiental.

Los principales aspectos regulados, en el ámbito jurídico estatal, se resumen en: reconocimiento del derecho al medio ambiente sano como derecho fundamental, la obligada correlación medio ambiente desarrollo, el medio ambiente y el deber de su protección en el ámbito estatal y social y fundamentos para su desarrollo en las normas sustantivas particulares de cada estado. La consagración de tales derechos en la parte dogmática de la constitución marca la relación entre el Estado y la ciudadanía, en forma de reglas jurídicas

obligatorias que limitan y comprometen el actuar estatal. Los derechos fundamentales en la actualidad constituyen límites y fines del propio estado constitucional.

La República del Ecuador no es la excepción y reconoce lo explicado en su carta magna. En este sentido y desde una visión supranacional, el estado ecuatoriano es parte de varios convenios e instrumentos internacionales en materia ambiental, tales como: Tratado de Cooperación Amazónica 1981; Convenio de Basilea. 1992; Convenio sobre la Diversidad Biológica. 1993; Convenio UNESCO sobre el Patrimonio Cultural y Natural de la Humanidad; Convenio de Cambio Climático. 1994; Protocolo de Kyoto, 1997; Convenio de Estocolmo sobre Contaminantes Orgánicos Persistentes. 2009.

Se destaca a su vez, lo avanzado del texto constitucional ecuatoriano en materia ambiental al concebir y regular a la Naturaleza como sujeto de derecho o al menos como nueva institución a tutelar, proteger o refrendar jurídicamente. En tal sentido, la constitución ecuatoriana de 2008 reconoce en su artículo 10:

“Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos son titulares y gozarán de los derechos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales. La naturaleza será sujeto de aquellos derechos que le reconozca la Constitución”.

Lo citado encuentra sus fundamentos desarrolladores en otros artículos también de la propia constitución como son: Art. 71, 72, 83 y 277. De hecho, la constitución ecuatoriana refrenda el derecho al medio ambiente bajo los principios de plurinacionalidad e interculturalidad. Así Wilhelmi (2011) reconoce, el deber de proteger el patrimonio cultural y natural, el derecho y deber de proveer de agua y alimento, como fundamento de políticas agrícolas, la necesaria protección de un ambiente ecológicamente equilibrado, el derecho al hábitat y los derechos intrínsecos de la naturaleza. (p. 8).

De tal forma, la regulación constitucional ecuatoriana en materia ambiental responde a un sistema de protección constitucional garantista y eco-sistémico, regulando normas de marcado carácter ecologista, de participación popular y de obligatorio cumplimiento para el estado, las personas naturales y las personas jurídicas.

I.3. El bien jurídico Medio Ambiente y el Derecho penal ecuatoriano.

El reconocimiento de los llamados derechos de tercera generación de derechos humanos, en los que se incluye el medio ambiente sano, motivó un cambio de visión en la naturaleza del bien jurídico tutelado por el derecho penal. El paso de una protección tradicional cuyo fin lógico era el ser humano, a una nueva manera de protección supraindividual y mucho más amplio, como son la naturaleza y sus componentes derivó en la aparición de nuevas figuras delictivas. Es así que se reconocen como susceptibles de protección “bienes jurídicos individuales y bienes jurídicos supraindividuales” (Rodríguez, 2016, p. 11).

Rodríguez (2016) señala como características de los bienes jurídicos supraindividuales carácter social y titularidad colectiva, indivisibles (porque no son susceptibles de ser divididos para ser adjudicados individualmente) y conflictuales (debido a que la mayoría de las actividades que atacan este tipo de bienes son lícitas y socialmente necesarias, por lo que no pueden ser eliminadas, solo pueden ponerse bajo control). (p. 12)

De forma lógica el derecho penal tradicional se fusiona con los fundamentos y principios del derecho ambiental, dando paso al conocido como Derecho Penal Ambiental. Varias han sido las definiciones brindadas a este nuevo derecho. Así Libster (2000) lo define como “el conjunto de normas jurídicas de contenido penal tendientes a la protección del entorno en el que vive el hombre y con el que se relaciona” (p. 45).

Murata (como se citó en Libster, 2000), señala:

El delito ambiental es un delito social, pues afecta las bases de la existencia social económico, atenta contra las materias y recursos indispensables para las actividades productivas y culturales, pone en peligro las formas de vida autóctonas en cuanto implica destrucción de sistemas de relaciones hombre-espacio. (p. 46)

I. 3. 1. Los delitos de medio ambiente y su tipificación.

La propia naturaleza de la protección del medio ambiente, induce a determinar la tipificación de los delitos que lo integran. Es así que deben considerarse los siguientes elementos:

- Las conductas relacionadas a los bienes ambientales se identifican con las fórmulas de peligro. Esto está determinado principalmente por la naturaleza del bien jurídico a proteger y su relación con el fundamento precautorio que caracteriza a la protección del medio ambiente.
- El sentido precautorio en el derecho ambiental implica: determinación de las posibles causas y sus daños, análisis de las posibles soluciones y medios con los que se cuenta, amenazas identificadas y desconocidas, estudio práctico de la situación creada o por crearse y adelantos científicos puesto a disposición de la protección.
- El individuo como víctima de la comisión del delito, que en el caso del Derecho Ambiental por su propia naturaleza y las consecuencias colectivas de su violación conllevan a un análisis victimológico colectivo.
- Otro aspecto esencial lo constituye qué definición de delito ecológico se debe asumir. En este sentido la investigación reconoce el brindado por Rojas (2011) al señalar: Es una figura de carácter jurídico - penal que sanciona el peligro o lesión al ambiente, entendiendo este como plataforma para el mantenimiento y desarrollo de la vida en general, y de la vida humana en particular, en el marco del desarrollo económico, tecnológico y cultural. (p. 34)
- Los daños ocasionados por acciones u omisiones en el campo medio ambiental se manifiestan de manera atípica. Guaranda (2010) reconoce que el daño ambiental:
 - Es irreversible y de tracto sucesorio. (p. 41)
 - Es difuso, tanto por la forma de exteriorizarse como por la forma como se determina. (p.42)
 - Es atemporal en la formación y efecto. (p. 42)
 - Es colectivo (puede presentar una pluralidad de actores y de víctimas) y es consecuencia de procesos tecnológicos (incorrecta aplicación, uso indebido o impacto lógico de las modernas tecnologías) (p. 42)

1. 3. 2. La responsabilidad penal ante delitos medioambientales en el Ecuador y garantías jurídicas para el acceso a la justicia ambiental.

La evolución ecuatoriana en materia penal, y su correlación con las transformaciones normativas evidencian la introducción a partir de los años 90 de conductas delictivas referidas al medioambiente. Más allá de la necesaria protección jurídica al medio ambiente, la identificación de qué proteger ha motivado análisis iusfilosóficos nada pacíficos.

Los principales autores sobre el tema señalan lo difícil de identificar el bien a tutelar, y brindan una amplia variedad que va desde el propio medio ambiental, hasta el individuo o colectivo de individuos incluso hasta considerar el carácter difuso del bien tutelado. Es válido señalar que cualquier análisis sobre el tema debe partir necesariamente de reconocer la integración indivisible entre individuo, medio ambiente y naturaleza.

Lo anterior, parece ser la intención del actuar legislativo ecuatoriano al reconocer en la Ley Fundamental la protección de la persona como sujeto de derechos y obligaciones, al medio ambiente como bien jurídico a proteger y a la propia naturaleza como sujeto de derechos. A su vez, integra la tipificación penal de la protección al medio ambiente con los fundamentos precautorios, al considerar la importancia de prevenir cualquier actuar antijurídico en cuestión ambiental por las nefastas e irreversibles consecuencias. De esta manera, la pena ambiental cumple con “características de preventiva y sancionadora. Preventiva porque actúa frente a una situación de peligro y sancionadora porque establece una pena a quien infrinja las normas establecidas” (Guaranda, 2010, p. 90).

En lo relativo a las acciones afirmativas necesarias para llevar a la práctica lo regulado constitucionalmente se destacan:

- Legitimación activa pública y popular. Se modifica en lo referido a los sujetos por la naturaleza colectiva que puede tener la comisión del delito ambiental. (Personas naturales o jurídicas, organismos e instituciones públicas o privadas, comunidades poblacionales etc.)
- Principio *In dubio pro natura*. De carácter novedoso, y desestimando el carácter antropocéntrico, la Constitución ecuatoriana lo reconoce cuando señala “En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza” (Constitución ecuatoriana, 2008). Este principio otorga a la naturaleza carácter de sujeto susceptible de ser tutelado jurídicamente y por tanto ante cualquier colisión normativa prevalecen los derechos de la naturaleza.
- Inversión de la carga de la prueba. Se fundamenta en la obligación del demandante de probar su inocencia ante un daño real o potencial al medio ambiente. Constituye una excepción al principio de Derecho universal relativo a la presunción de inocencia.
- Imprescriptibilidad de las acciones legales para perseguir y sancionar daños ambientales.

1. 3. 3. Las acciones penales en sede ambiental.

Como ha quedado explicado, la protección jurídica del medio ambiente es refrendada también en el Código Penal ecuatoriano. De tal forma, las dimensiones de protección humana individual y colectiva y la protección de la naturaleza como sujeto de derechos son susceptibles en determinadas conductas delictivas de refrendarse en el ámbito jurídico penal.

La descripción de las principales figuras y tipificaciones delictivas en el Código Orgánico Integral Penal (COIP), evidencian la intencionalidad legislativa de regular todas las manifestaciones que en materia ambiental pueden derivar en un actuar fuera de la ley y provocar daños al medio ambiente y a la naturaleza como sujeto de derecho con las concebidas consecuencias negativas para los seres humanos. Así establece en su Capítulo Cuarto los Delitos contra el ambiente y la naturaleza o Pacha Mama. Las principales conductas delictivas establecidas son:

- Delitos contra la biodiversidad (art. 245 – 250).
- Delitos contra los recursos naturales (art. 251 – 253).
- Delitos contra la gestión ambiental (art. 254 – 259).
- Delitos contra los recursos naturales no renovables (art. 260 – 267).

A pesar de lo anterior y como consecuencia del análisis del fenómeno ambiental desde las áreas tradicionales del Derecho se evidencia una visión sesgada de las relaciones jurídicas en sede ambiental, cuestión que justifica la propuesta holística para el fenómeno jurídico ambiental en el Ecuador.

Propuesta jurídico-holística, del sistema de normas de protección del medio humano. Fundamentos teóricos y jurídicos para su reconocimiento.

3.1 Presupuestos teóricos y jurídicos de la propuesta.

3.1.1. Visión integral del fenómeno jurídico ambiental.

Las actuales relaciones sociopolíticas, económicas y culturales basadas en patrones de consumo insostenible y caracterizado por la creciente participación de las empresas en el uso y explotación de los recursos naturales justifican el reconocimiento del fenómeno jurídico ambiental como multi-complejo, multifactorial y multi-normativo. Lo anterior, conlleva al análisis del concebido ámbito del Derecho Ambiental. La propuesta asume lo expresado por el profesor Guillermo Cano cuando afirma:

El derecho ambiental comprende las normas legales referentes al uso y conservación de todos los bienes, fenómenos y elementos que componen el ambiente humano –entorno natural, recursos vivos o biológicos y los recursos naturales inertes; y el entorno creado, cultivado, edificado por el hombre y ciertos fenómenos naturales -, en tanto influyan en la calidad del entorno desde el punto de vista del interés humano; la doctrina conducente a su formulación e interpretación; las decisiones jurisprudenciales, y los usos y costumbres correlativos. (Cano, 2002, p. 14)

Por ello, el ámbito del Derecho Ambiental debe ser amplio, pero a su vez objetivo y práctico; soportado en los principios particulares del Derecho Ambiental:

“precaución, prevención, daño compartido pero identificado, responsabilidad objetiva, autodeterminación, integralidad, multidisciplinariedad, cooperación, integración” (Rey, 2012, p. 17).

3.1.2. Visión constitucionalista y humana.

Como elemento de la propuesta se refiere a su carácter como derecho constitucional y humano y por tanto poseedor de una fuerza legal única y valedera en el campo normativo y

procedimental. La protección como derecho humano le confiere la dualidad de acceder a la justicia como derecho intrínseco y además como garantía que favorece el funcionamiento del sistema de protección judicial. Este doble contenido permite no solo la existencia del recurso judicial ante acciones u omisiones violatorias del derecho a un medio humano sano y socialmente responsable sino y además garantiza el carácter eficaz del proceso y por tanto que actúe como garantía y requisito previo al disfrute al resto de los derechos reconocidos en el ordenamiento jurídico ecuatoriano.

A pesar de lo anterior, el principal problema radica en el escaso e ineficaz desarrollo legislativo en el ordenamiento jurídico interno. Ejemplo de lo anterior lo constituye el artículo 399 del citado texto constitucional que dice:

Art. 399.- El ejercicio integral de la tutela estatal sobre el ambiente y la corresponsabilidad de la ciudadanía en su preservación, se articulará a través de un **sistema nacional descentralizado de gestión ambiental**, que tendrá a su cargo la **defensoría del ambiente y la naturaleza**.

El citado artículo resume la idea integral de protección ambiental defendida por el estado ecuatoriano, sin embargo la aplicabilidad y efectividad de la normativa se resquebraja al no contar con el sistema propuesto ni con la defensoría. La práctica judicial indica que es la institución de la Defensoría del Pueblo la encargada de cumplir con estas funciones.

3.1.3 Visión integral desde las Ciencias Penales.

Como ha quedado explicado, la visión sesgada de la protección del medio ambiente humano constituye una de los grandes y necesario cambios a realizar para evitar la impunidad jurídica en sede ambiental provocada por la inexistencia de recursos adecuados, el no reconocimiento como vulneración a los derechos humanos, desconocimiento normativo y la falta de concientización con respecto a la degradación ambiental.

Se suma a lo anterior, la total falta de valoración social sobre los efectos de la degradación ambiental lo que conlleva a un desconocimiento de las normas ambientales en la práctica humana cotidiana. De hecho los principales problemas ecológicos a escala mundial: agotamiento de la capa de ozono, pérdida de la diversidad biológica, cambio climático, desertificación, son resultado directo del actuar humano pero paradójicamente son vistos como consecuencias abstractas del fenómeno medioambiental.

Las ineficiencias e incongruencias se hacen presentes también en el área de la protección penal, al no reconocer un Derecho Penal Ambiental multidisciplinario relacionado con el Derecho Administrativo, con el Derecho Ambiental, con el Derecho Civil, etc. Los principales estudiosos sobre el tema señalan la imperiosa necesidad de reconocer la integración equilibrada de preceptos penales y fundamentos ecológicos como presupuestos para la vida digna en sociedad.

Solo reconociendo lo anterior, se logrará efectividad y eficacia jurídicas plena unida a los fundamentos reconocidos en la normativa vigente como son:

- Fortalecimiento de las normas penales ambientales en congruencia con lo preceptuado constitucionalmente.

- Formación de una creencia social proactiva en lo referido a los daños irreversibles al medio ambiente.
- Integración efectiva entre la responsabilidad objetiva y los principios ambientales referidos a imprescriptibilidad de las acciones y reversión de la carga de la prueba para el logro de una efectiva tutela judicial.

CONCLUSIONES.

- Asumir la idea de que las afectaciones al medio ambiente ponen en peligro la vida de todos por igual, conllevó a la necesidad de principios universales que brindaran a los pueblos de todo el mundo el derrotero para preservar y proteger el medio natural y humano. La visión de un conjunto de normas a nivel internacional y nacional sobre el tema fue la respuesta natural desde el Estado y el Derecho.
- El *derecho a un medio ambiente sano*, como elemento fundamental de los derechos humanos, se reconoce en tratados internacionales, en textos no convencionales y en las constituciones de muchos Estados.
- La función de los derechos fundamentales en sede ambiental se torna mucho más amplia que la simple oposición frente al poder estatal en tanto su positivización conlleva una gestión económica y social dándoles el carácter de derechos oponibles frente a terceros y por tanto frente a los particulares. Constituyen límites y fines del propio estado constitucional.
- La tipificación y regulación de los delitos relacionados al medio ambiente constituyen aspectos relevantes para el desarrollo del Derecho Penal Ambiental y sus principales manifestaciones.
- La legislación ecuatoriana reconoce constitucionalmente la protección de la persona como sujeto de derechos y obligaciones, al medio ambiente como bien jurídico a proteger y a la propia naturaleza como sujeto de derechos.
- La efectiva tutela y protección de los derechos ambientales se logra desde una visión constitucionalista, humana e integral del fenómeno jurídico ambiental y las Ciencias Penales.

REFERENCIAS.

1. Código Orgánico Integral Penal (COIP) República del Ecuador. 2014.
2. Constitución de la República del Ecuador. 2008.
3. Guaranda, W. (2010). *Acciones jurídicas para establecer responsabilidades por daño ambiental en el Ecuador*. Serie Investigación # 17. Quito INREDH. 13- 329.
4. Holbach, P. (1770). *Sistema de la naturaleza*. París, Francia: Laetoli.
5. Juste, J. (1999). *Derecho Internacional del medio ambiente*. Madrid, España: McGRAW-HILL.
6. Libster, M. (2000). *Delitos Ecológicos*, Madrid, España: Depalma.
7. Rodríguez, M. (julio 2016). El bien jurídico medio ambiente en el derecho penal. In: *Ámbito Jurídico*, XIII, 78. Recuperado en <http://www.ambito-juridico.com.br/>.
8. Rojas, A. (2011). *Derecho Penal Ambiental*. Recuperado de <http://www.slideshare.net/>.
9. Wilhelmi, M. (septiembre 2011). Nuevo constitucionalismo, derechos y medio ambiente en las constituciones de Ecuador y Bolivia. *Revista General de Derecho Público Comparado* RGDCP 9 (2011) 1-24.



LÍNEA TEMÁTICA:

**GESTIÓN DE LOS
PROCESOS DE LA
EDUCACIÓN
SUPERIOR**

ISBN: 978-9942-960-07-8

001. GESTIÓN DE LOS PROCESOS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR.

Autor:

Roberto Passailaigue Baquerizo, Ph.D.
Universidad ECOTEC
Ecuador

RESUMEN

En la actual Sociedad del Conocimiento, como se conoce al conglomerado humano del mundo globalizado, se exige de las organizaciones un cambio no acomodaticio ni de adaptaciones, sino de innovación continua, de aprendizaje permanente, para poder hacer frente al desarrollo social y tecnológico el mismo que debe estar acorde a las tres misiones o funciones sustantivas de la Universidad. El objetivo principal de la ponencia es argumentar, basado en la experiencia particular de universidades del cantón Guayaquil, cómo pueden ser utilizadas las teorías y prácticas asociadas a las redes sociales y a las organizaciones inteligentes para contribuir a cumplimentar las funciones sustantivas de la universidad del siglo XXI. Ello conduce al estudio del aprendizaje organizacional que pueda convertir a la universidad en una organización inteligente (OI), con una mayor capacidad para cumplir su visión y misión por el quehacer científico, el trabajo colectivo y por contar con un sistema que maneja el conocimiento y que le permite reutilizarlo y renovarlo constantemente.

Palabras Claves: Redes educativas, organizaciones inteligentes, tecnología, sociedad, funciones sustantivas.

ABSTRACT

Our current Knowledge Society, name that we give our modern world's global population, requires not indulgence nor compromise but the constant innovation and advancement of learning; which when in accordance to the threefold mission or core functions of our Higher Education Program is the pathway to social development and technological growth.

The main objective of the present conference paper is to argue, based on the case study of the universities within the district of Guayaquil, how the theory and practice related to social media and smart organizations can aid the accomplishment of the core functions endowed to the university for the XXI century. Leading us to the study of organizational learning as a route through which smart organization design can enable the university, as administrator of a dynamic system of knowledge in constant perfection and renewal, to comply with its vision and mission towards the scientific community, collective workforce and society as a whole.

Key Words: Educational networks, Smart organizations, technology, society, core functions.

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, se han producido significativos cambios a nivel mundial en los ámbitos tecnológico, económico y social, los mismos que han originado una interacción interdisciplinaria que impulsa como nunca antes a la organización actual, a hacer una optimización de sus recursos humanos y del conocimiento, para alcanzar las metas organizacionales y mantener la competitividad. Estas condiciones, exigen a las instituciones un cambio, no solo el cambio adaptativo de otras épocas; sino innovación continua, el aprendizaje permanente como lo exige esta nueva era que se ha llegado a llamar “Sociedad del Conocimiento.”

Mucha gente se siente desconcertada por este cambio veloz. Pero el problema no radica en la

aceleración del cambio propiamente dicho, sino en la incapacidad de nuestras sociedades y sus integrantes para hacer frente a las transformaciones, sin sufrir una crisis.

Es por ello, que para lograr resultados satisfactorios de los avances de la ciencia y la tecnología, no se puede descartar a la sociedad y el impacto que estos cambios tendrían sobre ella y sus miembros, por lo que se debe estudiar la vinculación de Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS) que se define hoy como un campo de estudio bien consolidado

institucionalmente en universidades, centros educativos y administraciones públicas de numerosos países industrializados o en vías de industrialización.

A las necesidades que surgen de éstos cambios en la sociedad se les debe dar respuesta desde las universidades, pero no solamente proponiendo transformar los aspectos curriculares o académicos, sino teniendo en cuenta la relación CTS antes mencionada con las tres misiones de la Universidad, que son docencia o academia, la investigación y la vinculación con la comunidad o extensión universitaria, que juntas hacen la trilogía de misiones de la universidad actual o las funciones sustantivas como también se las conoce.

El reto consiste en cómo implementar un plan efectivo que justifique las actividades universitarias en relación con las tres misiones, dados los objetivos planteados para ellas en la nueva Sociedad del Conocimiento.

Otra forma de tratar el tema es desde el paradigma del aprendizaje institucional, que significa por un lado reconocer y corregir el error de la falta de vinculación o investigación, pero también flexibilizar a la organización como organización inteligente, facilitando el aprendizaje de nuevos procedimientos, nuevos paradigmas y nuevas respuestas frente a los recientes desafíos.

En resumen, cambiar de organización rígida, que desconoce los cambios y turbulencias externas, a una organización flexible, que no sólo acepta el desafío del entorno sino que es capaz de aprovecharse de él como motor de la transformación institucional, esto es lo que contribuye al paradigma del nuevo reto de la Universidad en la sociedad del conocimiento.

DESARROLLO

Como expresa la literatura especializada, incluidos los textos del Doctor Jorge Núñez Jover, (2003):

“Los estudios sociales de la ciencia y la tecnología, o estudios sobre ciencia, tecnología y sociedad (CTS), constituyen un campo de trabajo en los ámbitos de la investigación académica, la educación y la política pública. El nacimiento de la disciplina CTS puede situarse tres décadas atrás con las nuevas corrientes de investigación en filosofía y sociología de la ciencia, y de un incremento en la sensibilidad social e institucional sobre la necesidad de una regulación democrática del cambio científico-tecnológico.”

En la ponencia se analizan las redes sociales y en particular las redes educativas, explicándose como en la implementación de una red educativa se incluye actividades de carácter organizacional, de medición y tecnología, que deben tener un adecuado balance y gestionarse como un proyecto en la organización, teniendo en cuenta la tendencia mundial de convergencia de los diferentes modelos de redes educativas creadas y la aplicación de modelos de gestión eficientes, eficaces y efectivos.

Las actividades asociadas a la gestión de redes educativas presuponen tener en cuenta la evolución y amplio uso que tienen en la sociedad las redes sociales, la importancia de la socialización del conocimiento y la colaboración como forma de aprender.

Se examina, a través autores reconocidos, los conceptos asociados a las organizaciones inteligentes, asumiendo la definición de Palacios cuando expresó: *“Organización inteligente es aquella capaz de crear, desarrollar, difundir y explotar el conocimiento para incrementar su capacidad innovadora y competitiva. Son las empresas que sobrevivan a la competencia cada vez más estrecha por los insumos y los mercados, las organizaciones que sean capaces de aprender y transformar la información en conocimiento mediante procesos de aprendizaje”* (Palacios, 2000: 32). En esta manera de abordar el tema puede ubicarse también a Peter Senge cuando publica su libro *La Quinta Disciplina* bajo la premisa de que *“las organizaciones que cobrarán relevancia en el futuro, serán las que descubran cómo aprovechar el entusiasmo y la capacidad de aprendizaje de la gente en todos los niveles de la organización.”* (Senge, 1992: 15)

Los conceptos asociados a la “tercera misión” de la universidad, la vinculación con la sociedad, fueron estudiados principalmente en las publicaciones del doctor Jorge Núñez Jover. Algunos de estos conceptos y definiciones aparecen referidos en un artículo del propio Doctor Núñez, coautor de la investigadora Isarelis Pérez, titulado: Educación superior y desarrollo económico y social en Cuba: a propósito de la “Tercera Misión”, donde afirman citando una institución de la Universidad de Sussex, que definió Tercera Misión de la manera siguiente: *“se refiere a las interacciones de la universidad con el resto de la sociedad.”* (Pérez, I. & Núñez, J. 2009: 2).

En un artículo de Antonio y Ana María Donini, titulado: La gestión universitaria en el siglo XXI Desafíos de la sociedad del conocimiento a las políticas académicas y científicas, los autores afirman: *“En esto también surge la tensión entre la misión académica tradicional de la universidad con énfasis en la enseñanza de las disciplinas y la creación de conocimiento, ámbito de cultura y pensamiento crítico y una multidiversidad proveedora de servicios a la medida de la demanda del cliente. Sin duda, lo específico de la universidad y su contribución esencial a la sociedad está en sus funciones sustantivas académico científicas; pero estas funciones no pueden ser ajenas a los intereses y al desarrollo integral del conjunto de la sociedad y de la comunidad en la que está inserta.”* (C. de Donini, Ana María; Donini, Antonio O. 2003: 15). En la integración de estos estudios se comprendió que las organizaciones inteligentes, integradas en redes educativas de colaboración, facilitan el cumplimiento de la “tercera misión” de la universidad.

Los informes Horizon, publicados por Media Consortium, (Horizon, 2012), han marcado el análisis del avance tecnológico en los últimos años. Algunas de estas tendencias son:

- Las personas esperan ser capaces de trabajar, aprender y estudiar cuando y donde quieran.
- Las tecnologías que usamos están cada vez más basadas en la nube y nuestras nociones de tecnologías de la información son descentralizadas.
- El mundo del trabajo es cada vez más colaborativo, cambiando hacia la forma en que se estructuran los proyectos de estudiantes.
- La abundancia de recursos y relaciones hecha fácilmente accesible por Internet, nos desafía a revisar nuestros roles como educadores en dar sentido, formar y certificar.
- Los paradigmas educativos están cambiando para incluir aprendizaje en línea, aprendizaje híbrido y modelos colaborativos.
- Existe un nuevo énfasis en la clase, en un aprendizaje más basado en desafíos y más activo.

En el comportamiento y la atención que demandan estas tendencias y desafíos, el trabajo en redes desempeña un rol fundamental.

□ **Las redes sociales**

Uno de los aspectos que ha marcado la vida moderna son las redes sociales que son estructuras conformadas por conjuntos de personas las cuales están “conectadas” por diferentes motivos o intereses como pueden ser amistad, parentesco o que compartan el mismo conocimiento. En la actualidad, los estudiantes utilizan asiduamente este tipo de servicios en Internet. Sitios como MySpace o Facebook forman parte de un fenómeno imparable y global, ya que extienden su radio de acción

La educación y las redes sociales, constituyen una combinación que se puede convertir en una ventaja diferencial para una institución educativa que vea en las redes sociales una oportunidad para ser innovadora y de esta manera ofrecer una educación coherente con estos tiempos. En ello interviene también las redes de comunicación. (Salinas, J. 2009).

El tema de las Redes Educativas, no es nuevo en el ámbito mundial ni en el nacional. La Conferencia Mundial sobre Educación para Todos, que fue convocada por la UNESCO, UNICEF, el Banco Mundial y el PNUD, constituye una revitalización del Proyecto Principal de Educación para América Latina y el Caribe, Proyecto que representa un precedente importante de este trascendental evento y vía fundamental para el logro de sus objetivos en la región.

□ **Las redes educativas**

Las Redes Educativas, son una agrupación de Instituciones Educativas que abarca desde estimulación temprana y maternal, hasta la educación universitaria de tercer y cuarto nivel, para obtener ventajas competitivas de una economía de escala, así como poder contar con una retroalimentación adecuada compartiendo experiencias para establecer, unificar, homologar y validar procedimientos, metodologías, currículos y demás procesos organizativos, pedagógicos y andragógicos dentro del sistema educativo, tendiente a mejorar continuamente la oferta educativa y poder brindar a nuestros estudiantes una educación de calidad y calidez.

Teniendo el modelo un carácter conceptual, este puede ser aplicado en una unidad educativa, en un sector rural o urbano, en un recinto, parroquia, catón, provincia, región o en todo el país, dependiendo la magnitud de la decisión política de los gobiernos.

Como objetivo general se plateó establecer la eficacia de esos procesos administrativos en la gestión de la Gerencia Educativa de la Universidad y la propuesta fue la de elaborar una guía de procedimientos administrativos alternativos para la gestión de la Gerencia Educativa Universitaria.

Como parte del estudio se demuestra la factibilidad de establecer un ordenamiento de procesos de gestión, esto es en la gerencia educativa, el mismo que siendo preparado y estudiado en una institución de educación superior, su modelo conceptual, escalable a todo el país y entendible a otros de la región.

□ **Organizaciones Inteligentes**

Peter Senge es considerado un pionero en el desarrollar el concepto aprendizaje organizacional atribuido a las organizaciones inteligentes. El planteó la siguiente definición que aún tiene vigencia:

“Organizaciones inteligentes son aquellas organizaciones en la que los individuos son capaces de expandir su capacidad y de crear los resultados que realmente desean, donde las nuevas formas y patrones de pensamiento son experimentados, en donde las personas aprenden continuamente y en conjunto, como parte de un todo. (Senge, 1990.)

A partir de las definiciones y consideraciones emitidas por los especialistas anteriormente referidos, y a los que se puede agregar a Navajo (2010), en este trabajo se considera a la *“Organización Inteligente”* como una organización que como dice su nombre es capaz de aprender, de crecer a partir de los errores, una organización que prepara y se apoya en la creatividad de sus trabajadores, en la que se lleve a cabo una excelente gestión del conocimiento, se evalúe y planifique de acuerdo a los resultados (toma de decisiones) y se le enseñe a los trabajadores a identificar los problemas, analizarlos y buscar las soluciones:

Dominio personal, Modelos mentales, Creación de una visión compartida, Aprendizaje en equipo, Pensamiento sistémico.

Núñez Jover (2003:22) analiza la importancia de la responsabilidad social y en este sentido enuncia las relaciones de organización:

“Se constituyen además relaciones de organización, entendiendo que ellas, de un lado, se determinan por las exigencias de la producción de conocimientos, y de otro, por las particularidades del medio social.”

Esas relaciones deben ser cultivadas en una Organización Inteligente para que responda a la necesidad de rediseñar una organización de una manera que le ayude a adaptarse a los cambios significativos del medio exterior y alcanzar nuevas metas.

En este trabajo de investigación “Las redes sociales, las organizaciones inteligentes y su contribución al cumplimiento de la tercera misión por universidades de Guayaquil” se entiende por **responsabilidad social** al compromiso que los miembros de una determinada comunidad, ya sea individualmente cada uno o como parte de un grupo social, tendrán entre sí, así como también para con la sociedad.

Rigor es aceptado en este trabajo como la aplicación disciplinada de la razón a temas del conocimiento y la comunicación.

Por su parte la **objetividad** es entendida en este trabajo como la cualidad de elaborar juicios u opiniones con imparcialidad, tomando en cuenta sólo la realidad de los hechos y sin permitir que intervengan las emociones o los intereses de uno.

□ **La docencia e investigación**

Docencia significa enseñar, según su etimología latina proviene del latín “docere”. La docencia por lo tanto hace referencia a la actividad de enseñar, siendo actualmente docentes aquellos que se dedican profesionalmente a ello. También suele decirse que la docencia es consustancial a la Academia. La docencia es la primera Misión de la Universidad.

Docente es aquel individuo que se dedica a enseñar o que realiza acciones referentes a la enseñanza.

La **investigación** es considerada una actividad humana, orientada a la obtención de nuevos conocimientos y su aplicación para la solución a problemas o interrogantes de carácter científico.

Investigación científica es el nombre general que obtiene el largo y complejo proceso en el cual los avances científicos son el resultado de la aplicación del método científico para resolver problemas o tratar de explicar determinadas observaciones. Existen variados campos o tipos de investigación, dependiendo de la naturaleza propia o específica de lo que se investiga. Así, investigación social, investigación artística, investigación científica, investigación histórica, etc.

La investigación es la Segunda Misión de la Universidad

□ Tercera misión de la universidad

La transferencia de conocimiento mediante estudios, proyectos bajo contrato, investigación en colaboración, creación de empresas de base tecnológica resultado de investigaciones, explotación de patentes, etc. se convierte en una actividad básica de la universidad. Para favorecer todo ello, debe fomentar las incubadoras empresariales, los parques científicos y tecnológicos, etc.

Por tanto, a las dos misiones clásicas de la universidad, docencia e investigación, plantea que se ha venido a sumar una tercera denominada de diversas formas: el desarrollo económico y social, servicios a la comunidad o *extensión*, tal como se recoge en la tabla 1. (Beraza Garmendia, José M.; Castellanos Rodríguez, Arturo. (2007) Ortega y Gasset concuerda con que la Universidad debe incorporar a su misión un tercer aspecto que concreta así:

“El compromiso con la sociedad y con su tiempo, por lo que ha de depurar un tipo de talento para saber aplicar la ciencia y estar a la altura de los tiempos”
(Ortega y Gasset,
1937).

La anterior afirmación está alineada con el concepto de tercera misión en el sentido de la capacidad que deben tener las universidades para transferir conocimiento durante el proceso de innovación desarrollo.

El “Libro blanco de la universidad digital 2010”, publicado en 2008 en España, dedica íntegramente el capítulo 4, que comienza en la página 83 y se extiende hasta la página 96, a la tercera misión de la universidad digital:

Dos ideas básicas se establecen en esta publicación:

- La primera es que las universidades, para contribuir al desarrollo económico y social, deben ser globalmente competitivas y localmente comprometidas.
- La segunda es que las nuevas instituciones educativas deben establecer múltiples alianzas fuera del recinto universitario, con todos los agentes que la enriquezcan o con los cuales tenga obligaciones, de manera destacada con los ex alumnos y con los egresados, a los centros de investigación y producción, así como con los actores sociales.



Figura 1. La “Tercera Misión” de la Universidad, Fuente: Bueno (2007)

A nivel mundial y sobre todos en los países europeos e iberoamericanos se han llevado cabo acciones y se establecido estrategias con vistas a cumplimentar y llevar a cabo esta tercera misión en las universidades, aunque cada país de acuerdo a su entorno y políticas debe diferenciar la manera en que esto se fomente.

Según P. Marqués (2010), la actual sociedad de la información, caracterizada por el uso generalizado de las tecnologías informáticas en todas las actividades humanas y por una fuerte tendencia a la mundialización económica y cultural, conlleva a una nueva cultura que supone nuevas formas de ver y entender el mundo que nos rodea, el uso de nuevas máquinas e instrumentos y la implantación de nuevos valores y normas de comportamiento social.

Más recientemente la Declaración de la Conferencia Regional de Educación Superior de América Latina y El Caribe (Cartagena de Indias, Colombia. 4-6 de junio de 2008) insistió en aplicar esta tercera misión

A esta conferencia se plantea en IESALC/UNESCO (2008), la Universidad de La Habana, de Cuba, llevó una experiencia sobre un modelo de institución de enseñanza superior que dirige esfuerzos y atención a las demandas sociales, premisa denominada como la "tercera misión de las universidades". El profesor cubano Jorge Núñez Jover defendió este proyecto, durante la mesa-redonda "Educación superior, ciencia, tecnología e innovación", organizada por el Instituto Colciencias, de Colombia, en la cual planteó que:

"El papel de la enseñanza superior en la innovación y en el desarrollo debe ser preponderante.

En Cuba, los cursos superiores están distribuidos por todo el territorio nacional, y comprometidos con la temática del desarrollo social.

CONCLUSIONES

- La universidad debe hacer frente a los desafíos de la sociedad actual, para lo que se hace necesario cambios en la forma de dirigir, innovaciones en la manera de comunicarse, requiere la centralización del conocimiento y un cambio radical en la forma de generar, sociabilizar y difundir el conocimiento.
- La mayor parte de los profesores coinciden en la importancia de establecer relaciones entre el conocimiento científico de sus clases con la tecnología y la sociedad, estimulando la participación reflexiva y la toma de decisiones de los alumnos, para que puedan vincular así lo trabajado en el aula con su vida cotidiana. Tanto estas finalidades como las estrategias que desarrollan para su consecución concuerdan con la educación CTS. Sin embargo, la mayor parte de los docentes no recibió formación sobre esta propuesta en el transcurso del profesorado y poseen pocas habilidades para el cumplimiento de esos objetivos.

- Las universidades adecuan y perfeccionan sus procedimientos y tienden a convertirse en Organizaciones Inteligentes, para así lograr que sus procesos de gestión académicos y administrativos sean capaces de adaptarse a las nuevas exigencias de la sociedad y lograr convertirlas en pioneras de la docencia, investigación y vinculación con la colectividad, para logara el cumplimiento de lo que se ha denominado la “tercera misión” de las universidades.
- Se puede afirmar que el concepto de organización inteligente (OI) es aplicable a las universidades y que ello junto las redes educativas (REd) puede contribuir a que estas cumplan con las tres misiones o funciones sustantivas de la Universidad.

BIBLIOGRAFÍA

1. **Beraza Garmendia, Jose M.; CASTELLANOS Rodríguez, Arturo. 2007.** *LA EVOLUCIÓN DE LA MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD.* Revista de Dirección y Administración de Empresas. Número 14, diciembre 2007, págs. 25-56.
2. **Bueno Campos, E. 200.** *La Tercera Misión de la Universidad: El reto de la Transferencia del conocimiento.* Revista madri+d, N°. 41, 2007. Disponible en: <http://www.madrimasd.org/revista/revista41/tribuna/tribuna2.asp>
3. C. de Donini, Ana María; Donini, Antonio O. (2003). La gestión universitaria en el siglo XXI. Desafíos de la sociedad del conocimiento a las políticas académicas y científicas. Documento de Trabajo N° 107, Universidad de Belgrano. Disponible en la red: http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/107_donini.pdf, consultado el abril de 2013.
4. **IESALC/UNESCO. 2008.** *Experiencia cubana muestra que la universidad necesita estar atenta a las demandas sociales.* Boletín de prensa del Centro Virtual de Noticias, CVN del Ministerio de Educación Nacional de Colombia. Disponible en: <http://www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-162359.html> , consultado en abril de 2013

5. Marqués, P. (2011). El desarrollo de la Tecnología Educativa. Departamento de Pedagogía Aplicada, Facultad de Educacion, UAB, 2010, consultado septiembre 2011 en <http://peremarques.pangea.org/INFMULTI.htm#inicio>.
6. NMC Horizon Project Short List: 2013 Higher Education Edition. The New media Consortium.
7. **Núñez Jover, Jorge. 2003.** *La Ciencia y la Tecnología como procesos sociales. Lo que la educación científica no debería olvidar.* La Habana: 2003:159. ISBN 959-258-465-6.
8. **Ortega y Gasset, J. 1937.** *La rebelión de las masas*, Espasa Calpe, Madrid.
9. Palacios M, Margarito (2000). Aprendizaje organizacional: conceptos, procesos y estrategias. En: Revista Hitos de Ciencias Económico Administrativas. Año 6, Número 15. Mayo-agosto 2000
10. Pérez, I. & Núñez, J. (2009). Educación superior y desarrollo económico y social en Cuba: a propósito de la “Tercera Misión”, disponible en <http://scielo.sld.cu/pdf/hmc/v9n1/hmc010109.pdf>, consultado en Julio de 2013.
11. Salinas, J. (2009). Redes de comunicación, redes de aprendizaje. EDUTEC 95, Universidad de las Islas Baleares, España, consultado en enero de 2009, consultado mayo 2010 en <http://www.uib.es/depart/qte/grurehidi.html>, p.413.
12. **Senge, Peter. 1992.** *La quinta disciplina: cómo impulsar el aprendizaje en la organización inteligente.* Barcelona, Granica, 1992.

002. ANÁLISIS PARA IMPLEMENTAR PLATAFORMAS EDUCATIVAS VIRTUALES A ESTUDIANTES DE BACHILLERATO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Autor:

Rosario Peláez López

Magister en Gestión y Liderazgo Educacional Doctorante en Ciencias Sociales
(Cursando)

rpelaez@itsvr.edu.ec Coordinador de la Carrera de Informática Mención Ensamblaje
de Equipos de Cómputo

Instituto Tecnológico Superior Vicente Rocafuerte

RESUMEN

El presente trabajo asevera el enorme provecho que se obtiene al utilizar Plataformas Educativas Virtuales para reforzar conocimientos o adquirir nuevos, repercutiendo directamente en las calificaciones y rendimiento de los alumnos al hacer el Examen Nacional de Educación Superior, el cual es requisito para ingresar a las universidades del país. A pesar de identificar un sin número de beneficios en el uso de estas herramientas argumentados en este documento, queda en evidencia que actualmente en el Ecuador es casi nula la utilización de opciones tecnológicas como ésta en el área educativa. Se pudo constatar que los alumnos en varias instituciones específicamente en las fiscales consideran en su mayoría que no están preparadas para rendir un buen examen que les permita tener acceso a una preparación de tercer nivel. Es debido a esta problemática que se vio necesario realizar la comparación de las Plataformas Virtuales Educativas más utilizadas a nivel mundial, con la finalidad de identificar la más idónea para el refuerzo de conocimientos a la población.

Palabras Claves: Mooc, Eva, Plataformas Virtuales, Web 2.0.

ABSTRACT

This paper asserts the huge advantage that is obtained by using platforms Educational Virtual to reinforce skills or acquire new direct consequences on qualifications and performance of students by making the National Examination of Higher Education, which is required to enter university from the country. Despite identifying a number of benefits in using these tools argued in this paper, it is evident that currently in Ecuador is almost no use of technological options like this in the area of education. It was found that students in various institutions specifically considered tax mostly are not prepared to pay a good test that allows them to access a third-level preparation. It is because of this problem that was necessary to make the comparison more Educational virtual platforms used worldwide, in order to identify the most suitable for the reinforcement of knowledge to the population.

Key Words: Mooc, Eva, Virtual platforms, Web 2.0.

INTRODUCCION

Actualmente en el Ecuador se puede apreciar que muchos de los aspirantes a carreras universitarias tienen dificultades para aprobar las pruebas de admisión, no sólo por el tema de los cupos sino también por el nivel de aprendizaje o tal vez porque hay temas que se abarcan en estas pruebas que el aspirante puede desconocer o pasar por alto.

La importancia de este artículo se basará en dar soluciones en base a plataformas virtuales educativas con el propósito de preparar mejor a los aspirantes y se eleve el nivel de educación específicamente en la ciudad de Guayaquil.

Uno de los principales problemas que se presentan en los resultados negativos en estas pruebas es que en muchos de los casos el aspirante se acerca a rendir un examen sin tener una guía de lo que se preguntará y sin ninguna noción de la metodología del examen. Existen programas para preparar a los aspirantes para el examen, pero sin embargo no están al alcance de todos (factor cupos y económico). El objetivo de utilizar una plataforma virtual es brindar conocimientos y guías a los aspirantes, sin necesidad de alguien que imparta la guía presencialmente, sino más bien fomentando la investigación y la autoeducación haciendo uso de las bondades que brindan los entornos virtuales de aprendizaje.

Actualmente este tipo de herramientas no está disponible para los aspirantes, pero esta solución ayudaría a mejorar el nivel de educación. Se puede implementar en lugares de acceso a la información que brinda el estado o los municipios (info-centros, bibliotecas, etc.) o en colegios y casas, es decir que la capacitación pueda darse desde cualquier parte sin necesidad de acudir a una institución educativa.

Se realizará un estudio de las diversas plataformas virtuales a fin de luego proceder a valorizar la información obtenida, y a continuación se seleccionará una de las plataformas virtuales disponibles que más se adapte para esta situación puntual.

El objetivo general es realizar un estudio comparativo de Plataformas Virtuales para aplicar los exámenes de admisión a los alumnos de bachillerato previo a su ingreso a las Universidades, promoviendo el libre acceso a los Entornos Virtuales de Aprendizaje para poder formar mejores profesionales, mejor capacitados y con iniciativa de auto gestión.

1. DESARROLLO

1.1. Que es la Web 2.0

Para profundizar sobre los entornos virtuales de aprendizaje inicialmente hablaremos de la **Web 2.0**. Este término fue acuñado por el americano Dale Dougherty de la editorial O'Reilly Media durante el desarrollo de una conferencia en el año 2004. El término surgió para referirse a nuevos sitios web que se diferenciaban de los sitios web más tradicionales englobados bajo la denominación Web 1.0. La característica diferencial es la participación colaborativa de los usuarios. Un ejemplo de sitio web 1.0 sería la Enciclopedia Británica donde los usuarios pueden consultar en línea los contenidos elaborados por un equipo de expertos. Como alternativa web 2.0 se encuentra la Wikipedia en la cual los usuarios que lo deseen pueden participar en la construcción de sus artículos. Poco tiempo después, en el año 2005, Tim O'Reilly

definió y ejemplificó el concepto de Web 2.0 utilizando el mapa conceptual elaborado por Markus Angermeier. (Posada Prieto, 2012)

Ilustración 1 – Web 2.0



Fuente: Elaboración propia

La Web 2.0 o Web social se refieren a una segunda generación en la historia de los sitios web, la misma que está basada en el modelo de una comunidad de usuarios. Abarca una amplia variedad de redes sociales, blogs, wikis y servicios multimedia interconectados cuyo propósito es el intercambio ágil de información entre los usuarios y la colaboración en la producción de contenidos. Todos estos sitios utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en la red donde el usuario tiene control para publicar sus datos y compartirlos con los demás. (Posada Prieto, 2012)

1.2. Definición de EVA

Podemos definir entonces al EVA¹ como un programa con accesos restringidos, concebido y diseñado para que las personas que acceden a él desarrollen procesos de incorporación de habilidades y saberes. Los EVA son sitios que generalmente están protegidos por contraseñas, que utilizan los servicios de la web 2.0; estos se adaptan a las necesidades de los usuarios según el rol de este (administrador, profesor, tutor y estudiante), permiten la interacción entre profesor y estudiante y presentan actividades que pueden realizarse en determinado curso; así como la evaluación de dicha actividad.

Permite a un profesor contar con un espacio virtual en Internet donde sea capaz de colocar todos los materiales de su curso, enlazar otros, incluir foros, wikis, recibir tareas de sus alumnos, desarrollar test, promover debates, chats, obtener estadísticas de evaluación y uso -entre otros recursos que crea necesarios incluir en su curso- a partir de un diseño previo que le permita establecer actividades de aprendizaje y que ayude a sus estudiantes a lograr los objetivos planteados.

En este entorno informático encontramos muchas herramientas agrupadas y optimizadas para fines docentes. Su función es permitir la creación y gestión de cursos

¹ Entorno Virtual de Aprendizaje

completos en internet sin que sean necesarios conocimientos profundos de programación. Para ello, estos sistemas tecnológicos proporcionan a los usuarios espacios de trabajo compartidos destinados al intercambio de contenidos e información, incorporan herramientas de comunicación (chats, correos, foros de debate, videoconferencias, blogs, etc.) y, en muchos casos, cuentan con un gran repositorio de objetos digitales de aprendizaje desarrollados por terceros, así como con herramientas propias para la generación de recursos.

Los EVA son una de las maneras de proporcionar el aprendizaje informatizado o E-Learning. Las plataformas virtuales de aprendizaje pueden describirse como la próxima generación de entornos de aprendizaje virtuales o sistemas de gestión de aprendizaje utilizados por las instituciones educativas. (Santamaría González, 2012)

1.3. Diferencia entre los EVA y otros entornos virtuales

Es necesario diferenciar los EVA como ámbito de interactividad educativa en favor del aprendizaje de aquellos entornos que ofrecen solo posibilidades de actividad con contenidos dispuestos en él. Con esto quiero diferenciar entre la formulación de entornos virtuales destinados a la formación que centran su particularidad en proporcionar información a través de sendas y plenas secciones llenas solo de texto y que no disponen de posibilidades o recursos para estimular la interactividad y la reciprocidad entre sus miembros, que, es la forma normal en que accedemos a lo culturalmente instituido y que consideramos condición de aprendizaje.

Así, llenar solo de texto o imágenes fijas o en movimiento los entornos virtuales es inscribir en ellas uno de los aspectos necesarios pero no suficientes para la actividad de formación, es sólo agotar el contenido de aprendizaje como simple y llano texto descuidando el valor de la actividad e interactividad que se asocian al tipo de relación y a la finalidad, que es el aprendizaje.

Para aprender es necesario que los alumnos se tornen en interlocutores constantes con los nuevos contenidos, pero además y especialmente con la cultura, experiencias y proyectos de los demás, y así orientar recíprocamente y demostrar el cambio beneficioso en su transformación formativa; en este sentido un EVA podría ser más provechoso. Este escenario óptimo acarrearía múltiples ventajas para los alumnos ya que en esta situación de participación y cooperación todos los implicados tendrían un elemento, siempre alterno, diverso, y productivo, de ampliar su nivel de desarrollo potencial a partir de la acción intersubjetiva con otros. (Suárez Guerrero, 2002)

1.3.1. Importancia del Aprendizaje cooperativo

Sobre este punto son varias las investigaciones que avalan su funcionalidad en el aula presencial, y son diferentes autores (Slavin, R.; Johnson, D.; Johnson, R.; Holubec, E.) los que aportan más evidencia experimental sobre sus beneficios. De manera general, se puede decir que son ampliamente positivos respecto a los métodos competitivo e individualista, que en las diferentes investigaciones hacen las veces de grupos de control. Sin embargo, teniendo en cuenta los beneficios del aprendizaje cooperativo identificados por los autores citados, hemos identificado en ella tres constantes básicas. Estos tres aspectos centrales en el aprendizaje cooperativo es conveniente respecto a otros estarían en función del mejoramiento del rendimiento académico, provecho en la potenciación de las relaciones interpersonales y el fortalecimiento a nivel intrapersonal.

1.3.1.1. Beneficios de orden académico

Cuando se habla de los beneficios académicos de la aplicación del aprendizaje cooperativo podemos encontrar un par de aspectos que llaman la atención. El primero, que la mayor parte de las investigaciones se ha puesto de manifiesto que el aprendizaje cooperativo influye significativamente en el rendimiento académico de los alumnos comparado con los métodos de control, es decir, con los procedimientos individualistas y competitivos. Este efecto positivo en el rendimiento académico sería asociado con el mayor nivel de actividad que el desempeño cooperativo exige a cada uno de sus miembros y todos a su vez.

Un segundo aspecto es que pueden variar ampliamente según el método y la forma en que se aplica. R. Slavin centra la eficacia académica en los métodos cooperativos en dos elementos que a su juicio no deben de faltar para que un método sea eficaz: *objetivos grupales y responsabilidad individual*, es decir, “los grupos deben de trabajar para lograr algún objetivo y obtener recompensas o reconocimiento, y el éxito del grupo debe depender del aprendizaje individual de cada uno de sus miembros”, es decir, el objetivo primordial no está solo en hacer algo, sino hacer eso para aprender.

1.3.1.2. Beneficios de orden interpersonal

Respecto a los beneficios interpersonales si la energía interactiva desarrollada por los alumnos en sus equipos mejora el rendimiento académico, también se debe considerar otro aspecto beneficioso muy notorio en la aplicación del aprendizaje cooperativo, que es sin lugar a dudas, los que atañen el desarrollo de las relaciones sociales positivas entre los alumnos y demás equipos del grupo de clase.

Probado está en la práctica que los alumnos experimentan una mayor tolerancia o aceptación hacia sus compañeros de clase o al otro a través de procedimientos cooperativos de aprendizaje, más que con métodos individualistas o competitivos. Así también se ha observado desde la psicología del aula, “los salones en donde los alumnos son amigos, son salones donde puede haber mayor aprendizaje, mientras que en aquellos en que los alumnos son hostiles, disminuye el aprendizaje”.

1.3.1.3. Beneficios de orden intrapersonal

Cuando nos referimos al efecto intrapersonal del aprendizaje cooperativo estamos haciendo referencia al aspecto central de la conformación del ser humano: su personalidad, aspecto en el que la autoestima es sin lugar a dudas el valor fundamental que compone los cimientos de esa misma particularidad o sello de la que está conformado cada ser humano.

Si los alumnos desarrollan una actividad de aprendizaje en pequeños equipos en los que pueden participar con mayor facilidad que en un grupo de clase, podrán expresar su voz e inquietudes sin esperar a cambio un reproche castrador. En un equipo cooperativo se pueden confrontar ideas, compartir problemas, proponer soluciones a una misma circunstancia que incumbe a todos en común, donde pueden hacer sentir y sentirse a la vez admitidos como integrantes de un equipo, en la que ser diferente es visto como ventaja más que como problema, donde lo que se dice, se piensa y se siente es percibido como fundamental para alcanzar metas comunes, en la que todos saben algo y ninguno puede dejar de aprender algo nuevo y en el que es posible querer y ser querido con mayores oportunidades que las que puede ofrecer una estructura convencional de un grupo competitivo o individualista; entonces las posibilidades de sentirse dignos, valiosos y satisfechos consigo mismos son más altas y probables.

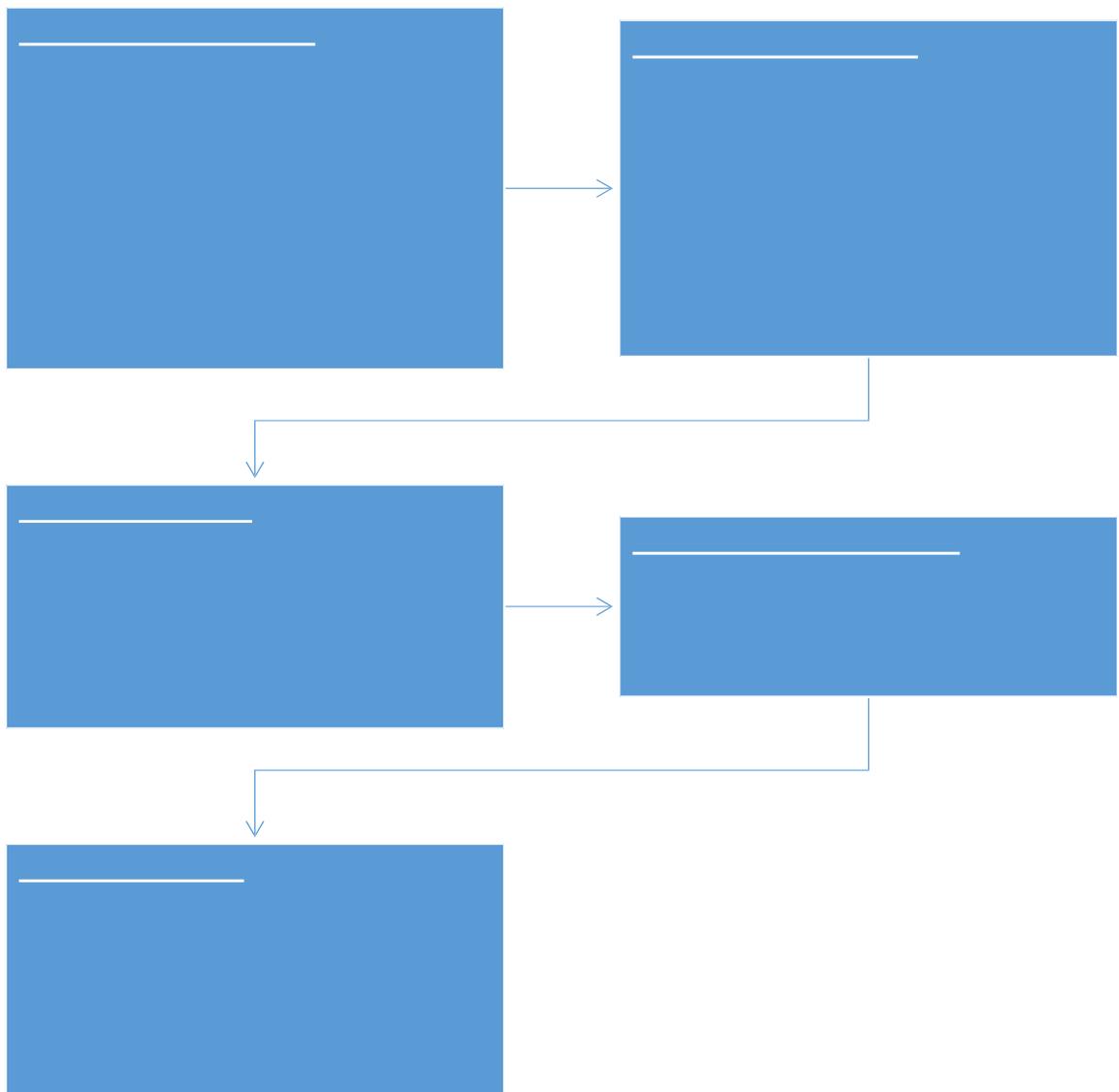
De manera general, el aprendizaje cooperativo posee muchas virtudes respecto a otras formas de plantear la actividad de aprendizaje, virtudes que no se dan por si solas evidentemente. Si de eficacia pedagógica se trata, creemos que el aprendizaje cooperativo es uno de los pocos métodos educativos del que se puede esperar tanto, ya que no solo reporta beneficios a nivel académico sino que puede mejorar las relaciones interpersonales que tienen una honda repercusión con la autoimagen de los alumnos (Suárez Guerrero, 2002).

1.4. Ambientes de un EVA

Los ambientes en los cuales opera un EVA son:

- Conocimiento
- Colaboración
- Asesoría
- Experimentación
- Gestión

Ilustración 2 – Ambientes de un EVA



Fuente: Elaboración propia

1.5. Consideraciones para un EVA

Para que un ambiente virtual de aprendizaje tenga un “clima” adecuado para los actores educativos se deben cuidar aspectos de:

Confianza. Es importante que los estudiantes e instructores tengan la suficiente confianza en la calidad de los medios y los materiales que estarán utilizando en el proceso de aprendizaje. También se debe cuidar el sistema de administración de aprendizaje que se elija para “soportar” los cursos.

Interacción. El ambiente siempre debe propiciar la relación entre los actores educativos y entre la institución educativa, además de la interacción que se da a través de las actividades de aprendizaje. El éxito de un EVA depende fundamentalmente de la manera en que ha sido planeada la interacción., así como de una buena moderación por parte del facilitador.

Accesibilidad. En ambientes saturados de información y tecnología, hay estudiantes y profesores que pueden quedar relegados, confundidos y angustiados. Por ello en un EVA no debe perderse de vista la accesibilidad de quienes participan en el proceso de aprendizaje y considerar, en la medida de lo posible, sus condiciones tecnológicas, culturales y económicas de los usuarios.

Motivación. Imprescindible no sólo para minimizar la deserción, sino para enriquecer el ambiente de aprendizaje. La motivación está dada principalmente por el facilitador hacia su grupo con actividades y estrategias creativas y atractivas. Pero también con la armonía de los tres aspectos anteriores: la confianza que da una institución educativa de calidad, el diálogo permanente con los actores educativos y la institución, así como la accesibilidad, desde los recursos hasta los trámites escolares, todos en conjunto son fundamentales para conformar un “clima” adecuado para los estudiantes y facilitadores.

1.6. Clases de plataformas educativas

En la actualidad existe un número bastante amplio de plataformas, y atendiendo al periodo de tiempo en que estas han cobrado importancia, cabe esperar que su proliferación y perfeccionamiento vayan creciendo a un ritmo considerable y en un corto plazo de tiempo. Esto es válido para las plataformas que han nacido por iniciativa de las diferentes administraciones educativas, como para aquellas que lo han hecho por iniciativa de empresas privadas.

Plataformas comerciales: Son aquellas que han evolucionado rápidamente en su complejidad ante el creciente mercado de actividades formativas a través de Internet. Ejemplos: WebCT. Web Course Tools (Herramientas para Cursos Web).

FirstClass. Es una aplicación cliente/servidor colaborativa (groupware), de correo electrónico, conferencias en línea, servicios de voz/fax, y sistema de tablón de anuncios, para sistemas operativos Windows, Macintosh y Linux.

Plataformas de software libre: El software libre brinda libertad a los usuarios sobre su producto adquirido para ser usado, copiado, estudiado, modificado y redistribuido libremente. Por lo tanto, el termino libre, se refiere a cuatro libertades del usuario: la libertad de usar el programa, con cualquier propósito; de estudiar el funcionamiento del programa, y adaptarlo a las necesidades; de distribuir copias, con lo que puede

ayudar a otros; de mejorar el programa y hacer públicas las mejoras, de modo que toda la comunidad se beneficie.

Tabla 1 – Ejemplos de Plataformas Educativas Virtuales

PLATAFORMAS	SITIO EN INTERNET
CLAROLINE	http://www.claroline.net/
MOODLE	http://moodle.org/
DOKEOS	http://www.dokeos.com/
TELEDUC	http://teleduc.nied.unicamp.br/pagina/index.php
ILIAS	http://www.ilias.uni-koeln.de/ios/index-e.html
GANESHA	http://www.anemalab.org/commun/english.htm
FLE3	http://fle3.uiah.fi/
Otras plataformas	http://www.unesco.org/webworld/portal_freesoft/Software/Courseware_Tools/

Autor: (Díaz Becerro, 2009)

Plataformas de desarrollo propio: Su finalidad no está dirigida a su comercialización. Se diferencian de las de software libre en que no están pensadas para su distribución masiva a un conjunto de usuarios. Con lo cual no intentan responder al mayor número de necesidades y situaciones generales de muy diferentes instituciones. Las plataformas de desarrollo propio no persiguen objetivos económicos, sino responden más a factores educativos y pedagógicos. No se suelen dar a conocer al público en general. Ejemplo: Agora Virtual (Díaz Becerro, 2009)

1.7. Composición de las plataformas virtuales

Las plataformas educativas tienen normalmente, una estructura modular que hace posible su adaptación a la realidad de los diferentes centros escolares.

Tienen una estructura alineada con distintos módulos que permiten responder a las necesidades de gestión de los centros a tres grandes niveles: gestión administrativa y académica, gestión de la comunicación y gestión del proceso de enseñanza aprendizaje.

Para ello, estos sistemas tecnológicos proporcionan a los usuarios espacios de trabajo compartidos destinados al intercambio de contenidos e información, incorporan herramientas de comunicación (chats, correos, foros de debate, videoconferencias, blogs, etc.) y, en muchos casos, cuentan con un gran repositorio de objetos digitales de aprendizaje desarrollados por terceros, así como con herramientas propias para la generación de recursos.

El funcionamiento de las plataformas se orienta a dar servicio a cuatro perfiles de usuario: administradores de centro, padres, alumnos y profesores. Cada uno de estos perfiles está identificado mediante un nombre de usuario y una contraseña, a través de los cuales se accede a la plataforma. Esta estructura de funcionamiento supone la creación de un espacio de trabajo e interacción cerrado y controlado.

Para poder cumplir las funciones que se espera de ellas, las Plataformas deben poseer unas aplicaciones mínimas, que se pueden agrupar en:

- Herramientas de gestión de contenidos, que permiten al profesor poner a disposición del alumno información en forma de archivos.
- Herramientas de comunicación y colaboración, como foros de debate e intercambio de información, salas de chat, mensajería interna del curso con posibilidad de enviar mensajes individuales y/o grupales.
- Herramientas de seguimiento y evaluación, como cuestionarios editables por el profesor para evaluación del alumno y de autoevaluación para los mismos, tareas, informes de la actividad de cada alumno, planillas de calificación...
- Herramientas de administración y asignación de permisos.
- Herramientas complementarias, como portafolio, bloc de notas, sistemas de búsquedas de contenidos del curso, foros, etc.

El diseño de las plataformas educativas está orientado fundamentalmente a dos aplicaciones: la educación a distancia (proceso educativo no presencial), y apoyo y complemento de la educación presencial.

Actualmente, las plataformas educativas se utilizan también para crear espacios de discusión y construcción de conocimiento por parte de grupos de investigación, o para la implementación de comunidades virtuales y redes de aprendizaje.

Atendiendo a sus funciones como apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje, algunas de las más destacadas están relacionadas con:

- La relación entre profesores a través de redes y comunidades virtuales, compartiendo recursos, experiencias, etc.
- La comunicación con las familias y con el entorno.
- La alfabetización digital de los alumnos, así como de los profesores y las familias.
- El uso didáctico para facilitar los procesos de enseñanza-aprendizaje.
- El acceso a la información, comunicación, gestión y procesamiento de datos.
- Fuente abierta de información y recursos.
- Herramienta para la orientación, el diagnóstico y el seguimiento de estudiantes.
- Instrumento cognitivo que apoya procesos de construcción del conocimiento.
- Medio de expresión y creación multimedia.
- Instrumento didáctico y para la evaluación que proporciona una corrección e interacción rápida e inmediata, una reducción de tiempos y costes, la posibilidad de seguir la evolución del alumno, etc.
- Canal de comunicación que facilita la comunicación interpersonal, y el intercambio de ideas y materiales en un entorno colaborativo.
- Espacio generador y soporte de nuevos espacios formativos. (Díaz Becerro, 2009)

1.8. Cómo funciona una Plataforma virtual

Una plataforma virtual es un software sencillo de utilizar y cuenta con una interfaz gráfica amigable al usuario; los usuarios pueden adoptar un rol de alumno, docente, administrador y otros. En la plataforma virtual Moodle por ejemplo existen los siguientes roles para el usuario:

Administrador: Pueden hacer cualquier cosa en el sitio, en todos los cursos.

Creador de curso: Pueden crear nuevos cursos y enseñar en ellos.

Profesor o Tutor: Pueden realizar cualquier acción dentro de un curso, incluyendo cambiar actividades y calificar a los estudiantes.

Profesor sin permiso de edición: Pueden enseñar en los cursos y calificar a los estudiantes, pero no pueden modificar las actividades.

Estudiante: Los estudiantes tienen por lo general menos privilegios dentro de un curso.

Invitado: Tienen privilegios mínimos y normalmente no están autorizados para escribir.

Usuario autenticado: Todos los usuarios autenticados.

1.9. Plataformas virtuales más usadas

A continuación encontraremos un breve análisis de las tres plataformas virtuales más usadas. Realizaremos una comparación entre ellas para poder decidir la mejor opción para nuestra plataforma virtual educativa en particular.

1.9.1. Claroline

Claroline es un software de código abierto para implementar fácilmente una plataforma dedicada al aprendizaje y la colaboración en línea distribuida bajo licencia GPL, que permite crear espacios libres de los cursos en línea a cientos de instituciones de más de 100 países.



El proyecto Claroline fue iniciado en el año 2000 por el Instituto Pedagógico Universitario de Multimedia de la Universidad Católica de Lovain (Bélgica), iniciado por Thomas De Preatere, Hugues Peeters y Christophe Gesché. (Rios Osorio, Suarez Mina, & Correa Gómez, 2012)

Ventajas

- Software libre
- Intuitivo
- Dispone de las herramientas por las que suelen caracterizarse este tipo de gestores de aprendizaje como: grupos, agenda, foros, wikis

Desventajas

- La comunidad es muy limitada en comparación con Moodle
- Pocos módulos y plugins

1.9.2. Moodle

Moodle es un paquete de software para la creación y gestión de cursos (SGC) a través de internet o de una intranet corporativa, además un sistema de gestión de aprendizaje (SGA). Es un entorno modular de aprendizaje dinámico orientado a objetos.

Fue creado por Martin Dougiamas, quien fue administrador de WebCT en la Universidad Tecnológica de Curtin. Permite al profesor la gestión de cursos virtuales para sus alumnos, o la utilización de un espacio en línea que de apoyo a la presencialidad. (Pablo, 2010).



Ventajas

- Software es libre.
- Dispone de una amplia comunidad.

- Incorpora numerosos módulos que son desarrollados y actualizados por una amplia comunidad.
- Se asemeja a otras plataformas comerciales como Blackboard
- Dispone de una amplia gama de plantillas, recursos como chat, agenda y diseño de actividades.
- Permite distintos tipos de aprendizajes. Es muy Intuitivo.
- En términos de adaptabilidad está por delante de Dokeos y Claroline

Desventajas

- En ocasiones el rol del administrador/profesor es poco intuitivo y pesado de editar.
- Su instalación puede resultar bastante compleja.

1.9.3. Dokeos

Dokeos es un entorno de E-Learning y una aplicación de administración de contenidos de cursos y también una herramienta de colaboración. Es un software libre y está bajo la licencia GNU GPL, el desarrollo es internacional y colaborativo. También está certificado por la OSI y puede ser usado como un sistema de gestión de contenidos (CMS) para educación y educadores.



Dokeos permite diseñar, elaborar e implementar una plataforma educativa que esté disponible 24h al día en internet con todos los recursos necesarios para desempeñar cursos, gestionar, administrar y evaluar de forma automatizada, todas las lecciones educativas.

Ventajas

- Software libre.
- Su interfaz tiene una apariencia bastante más profesional y atractiva que las demás.
- Dispone de numerosos recursos entre los que destaca la posibilidad de realizar videoconferencias. Herramienta que de momento otros gestores de aprendizaje no lo han desarrollado.
- Tiene la capacidad de montar sus propias redes sociales para facilitar la comunicación entre los estudiantes.

Desventajas

- Su comunidad es mucho más pequeña que Moodle.
- Dispone de menor número de roles del usuario que dispone otros gestores como Moodle.

1.9.4. Resumen. Plataformas virtuales más usadas

Tabla 2 – Resumen Claroline, Dokeos y Moodle

	CLAROLINE	DOKEOS	MOODLE
S.O.	Multiplataforma	Multiplataforma	Multiplataforma
LICENCIA	GPL	GPL	GNU GPL

CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTALES	Plataforma libre de eLearning y eWorking, versión actual 1.10.7, septiembre 2011	Aplicación de administración de contenidos de cursos y también una herramienta de colaboración. Última versión 2.1, noviembre 2011	Proyecto diseñado para dar soporte a un marco de educación social constructivista. Versión actual 3.1.1, julio 2016
MANEJA OBJETOS DE APRENDIZAJE	SI	NO	SI
VENTAJAS	<p>Cuenta con las funcionalidades necesarias para administrar cursos, clases y grupos de trabajo.</p> <p>También tiene entre sus herramientas chat, foro, agenda, anuncios de noticias, seguimiento de tareas y trabajos.</p> <p>Permite publicar documentos en cualquier formato: word, pdf, html, vídeo, etc. Administrar foros de discusión tanto públicos como privados. Administrar listas de enlaces.</p> <p>Crear grupos de estudiantes.</p> <p>Confecionar ejercicios. Estructurar una agenda con tareas y plazos. Hacer anuncios, vía correo electrónico por ejemplo. Gestionar los envíos de los estudiantes: documentos, tareas, trabajos, etc. Crear y guardar chats.</p>	<p>Han integrado una plataforma de vídeo conferencia, y un sistema de publicación para alumnos y presentaciones en línea.</p> <p>Dokeos entrega la posibilidad de comprar y pagar por algunas mejoras del sistema y por la instalación y asesorías del sistemas por partes de expertos.</p>	<p>Una de las características más atractivas de Moodle, que también aparece en otros gestores de contenido educativo, es la posibilidad de que los alumnos participen en la creación de glosarios, y en todas las lecciones se generan automáticamente enlaces a las palabras incluidas en estos.</p> <p>Además, las Universidades podrán poner su Moodle local y así poder crear sus plataformas para cursos específicos en la misma universidad y dando la dirección respecto a Moodle, se moverá en su mismo idioma y podrán abrirse los cursos a los alumnos que se encuentren en cualquier parte del planeta: http://moodle.org/.</p>
DESVENTAJAS	Cuenta con pocos módulos y plugins para descargar y su personalización es un tanto dificultosa.	Su diseño es un poco más moderno que Claroline, pero la interface no difiere mucho.	Algunas actividades pueden ser un poco mecánicas, dependiendo mucho del diseño instruccional. Falta mejorar su interfaz de una manera más sencilla.

Autor: (plataformas-e-learning.wikispaces, 2009)

1.9.5. Cuadro comparativo: Claroline, dokeos y Moodle

Tabla 3 – Diferencias entre plataformas virtuales más usadas

	Claroline	Dokeos	Moodle
Herramientas de enseñanza-aprendizaje			
Comunicaciones			
Foro de discusión	X	X	X
Intercambio de archivos	X		X
Correo interno	X	X	X
Diario/notas en línea		X	X
Chat	X		X
Servicios de video			X
Herramientas de productividad			
Bookmarks		X	
Calendario/Control de actividades	X	X	X
Ayuda		X	X
Búsqueda en el curso		X	X
Trabajo local/sincronización		X	X
Herramientas del estudiante			
trabajo en grupo	X	X	X
Autoevaluación	X	X	X
Creación de comunidades		X	
Portafolio	X		X
Herramientas de soporte			
Administración			
Autenticación	X	X	X
Autorización a cursos		X	X
Hospedaje			X
Registro	X		X
Herramientas de impartición			
Pruebas y calificaciones automatizadas	X	X	X
Administración de cursos			X
Helpdesk instructor	X	X	X
Calificación en línea			X

Autor: (Varela Juárez, 2007)

Cabe destacar de nuevo que en el ranking de usabilidad que se cita en Comparing open-source e-Learning platforms from adaptivity point of view, sitúa a estos gestores en orden de preferencia de la siguiente manera:

1. Moodle
2. Dokeos
3. Claroline

Teniendo este punto en consideración y evaluando las características que serán útiles para el análisis de la plataforma virtual educativa, tales como: Escalabilidad, plataforma personalizable, aspecto económico y seguridad; consideramos como mejor opción la plataforma MOODLE.

1.10. Examen Nacional para la Educación Superior y los EVA

Dado que en nuestro país el uso de las plataformas virtuales educativas es casi nulo especialmente a nivel de bachillerato, y siendo más específicos, no se maneja actualmente una plataforma virtual educativa que prepare a los estudiantes de bachillerato y al público en general para rendir los exámenes que se toman previo al ingreso a las universidades; se realizó un estudio que ayude a determinar la utilidad

que podría tener esta herramienta y los beneficios si los hubiere que acarrearía ponerla en producción en el corto plazo, si se quiere mejorar el nivel de conocimientos de los estudiantes y por ende que en los exámenes que rindan se obtengan resultados muy satisfactorios.

Es necesario indicar que los cupos para el ingreso a las universidades son distribuidos en función del puntaje obtenido en el ENES, el número de cupos reportados por las instituciones de educación superior; y, el orden de selección de las opciones de carrera, según informa la página web² del SENESCYT³.

En la página mencionada se informa que el sistema informático ha sido programado para que el proceso de asignación de cupos se realice de la siguiente manera: Las notas son ordenadas de mayor a menor en estricto orden, el sistema irá ubicando a los aspirantes de acuerdo al número de cupos reportados por las instituciones de educación superior y de las PREFERENCIAS señaladas por los aspirantes. Así, si en una institución existen 200 cupos disponibles en la carrera XXX, modalidad presencial en el campus N, obtendrán un cupo los 200 aspirantes MEJOR PUNTUADOS en el ENES que seleccionaron entre sus opciones esta carrera, siempre iniciando en la primera opción. (Ecuador Universitario, 2013)

1.11. Universo y Muestra

Tomando nuevamente los datos mencionados con anterioridad, el ranking de los 10 colegios con mejores puntuaciones en la región costa, entre 820 y 851 puntos, corresponden todos a instituciones particulares. Adicionalmente, y según esta misma publicación, podemos apreciar que el promedio de puntajes obtenidos en la región sierra está por encima del que se obtuvo en la región costa.

Por este motivo creemos que el sector que podría verse más beneficiado con la implementación de una plataforma virtual educativa para preparar y reforzar conocimientos previo rendir las ENES, y sobre el cual realizaremos el respectivo levantamiento de información, será al sector fiscal de la región costa, específicamente la ciudad de Guayaquil.

2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

2.1. Tabulación de las encuestas y Análisis de las preguntas.

Como indicamos previamente, el método utilizado para levantar información fue la realización de encuestas con un total de 10 preguntas a 400 estudiantes de bachillerato de Unidades Educativas de la ciudad de Guayaquil.

En base a los resultados tabulados en las preguntas planteadas, los estudiantes en su mayoría creen que sería de gran ayuda que se la utilice los últimos meses del periodo escolar para poder ver en qué están fallando y que el maestro tenga la oportunidad de reforzar el tema. El resultado de estas pruebas servirá también a futuro para que los directores de los colegios junto con los maestros refuercen la malla curricular.

No solamente, según resultados, la aplicación sería limitada a los colegios; hubo una gran acogida a que la plataforma sea de fácil acceso a todos, de forma gratuita y disponible a la ciudadanía en general por medio de instituciones públicas, info-centros, etc.

² www.snaa.gob.ec

³ Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación

La mayoría coincide que con esta herramienta podría rendir un mejor examen de ingreso, debido a que es práctica y accesible de manera gratuita a todos los estudiantes. Inclusive hubo alumnas que creen que este tipo de metodología de enseñanza ayudaría a un aumento en la calidad del nivel académico en nuestro país.

Estas son las razones principales por las cuales los estudiantes encuestados si recomendarían esta plataforma:

Tabla 4 – Percepción acerca de la Plataforma Virtual

	Porcentaje
Reforzar temas no abarcados	50%
Rendir mejores exámenes de ingreso y acceder a la carrera elegida	20%
Mejorar nivel académico en el país	10%
Practicar de manera gratuita	7%
Aprender la metodología de las pruebas de ingreso	6%
Herramienta práctica e innovadora	5%
NO LO RECOMENDARIA	2%

Fuente: Elaboración propia

2.1.1. Análisis Global

Como resultado general al tabular las encuestas se puede apreciar que existe una aceptación mayoritaria de esta plataforma virtual con una 89.8% de alumnos que consideran que esta herramienta sería una excelente alternativa para reforzar o adquirir nuevos conocimientos dentro en su preparación académica o al concluir su años de bachillerato. Se ve reflejado el interés en la creación e implementación de la plataforma virtual por cuanto se espera que el uso de esta herramienta innovadora ayude a que los estudiantes vayan mejor preparados a rendir los exámenes de ingreso a las universidades y logren alcanzar las carreras deseadas.

CONCLUSIONES

- Al realizar el análisis y comparación de las tres plataformas virtuales educativas gratuitas más utilizadas, pudimos ver que los beneficios son innumerables si se lo utiliza como una herramienta de apoyo en el proceso de aprendizaje escolar para adquirir conocimientos nuevos que no se hayan considerado en la maya curricular.
- Como resultado de este análisis se considera que la plataforma **MOODLE** es la que más se adapta a las necesidades, entre ellas: Escalabilidad, plataforma personalizable, aspecto económico y seguridad.
- Se observó en esta investigación que son los colegios del país los que más necesitan este tipo de herramientas tecnológicas que apoyen a docentes y estudiantes en el proceso de aprendizaje dentro y fuera de los planteles educativos, para mejorar el nivel de conocimientos de los aspirantes a ingresar a una universidad.

- Realizado el levantamiento de la información en Guayaquil, son indudables las falencias que existen en el Ecuador en cuanto al nivel académico de estudiantes de colegios fiscales. Es necesario recalcar que el espíritu emprendedor que pudimos percibir en las estudiantes podría ser mejor explotado si usamos la tecnología que se encuentra al alcance.
- Como esta investigación está dirigida a un sector socio económico medio – bajo, la implementación de una Plataforma Virtual Gratuita disponible todos los días de año tuvo una gran acogida y aceptación por parte de los estudiantes.
- A pesar de que esta investigación está orientada a alumnos que aún no terminan el bachillerato, es necesario recalcar que la implementación de esta herramienta es de beneficio de la ciudadanía en general puesto que motiva la auto enseñanza.

Bibliografía

Díaz Becerro, S. (27 de Noviembre de 2009). *PLATAFORMAS EDUCATIVAS, UN ENTORNO PARA.*

Recuperado el 24 de Septiembre de 2014, de <http://plataformas-educativas.blogspot.com/>

Ecuador Universitario. (29 de Octubre de 2013). *Ecuador Universitario*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2014, de Metodología de asignaciones de cupos para el ingreso a las universidades: <http://ecuadoruniversitario.com/estudiantiles/snna/metodologia-de-asignaciones-de-cupos-para-el-ingreso-a-las-universidades/>

Pablo. (01 de Mayo de 2010). *slideshare*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2014, de <http://es.slideshare.net/pablovc/moodle-3931061?related=3>

plataformas-e-learning.wikispaces. (04 de Noviembre de 2009). Recuperado el 21 de Septiembre de 2014, de <http://plataformas-e-learning.wikispaces.com/COMPARATIVO+PLATAFORMAS>

Posada Prieto, F. (Febrero de 2012). *Multimedia y Web 2.0*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2014, de <http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/155/cd/autoria.htm>

Rios Osorio, E., Suarez Mina, O., & Correa Gómez, S. (23 de Mayo de 2012). *slideshare*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2014, de <http://es.slideshare.net/samicorrea/plataforma-virtual-claroline?related=1>

Santamaría González, F. (08 de Diciembre de 2012). *Fernando Santamaría*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2014, de Reflexiones sobre ecologías y espacios del aprendizaje, análisis del aprendizaje y análisis de redes sociales, visualización de datos, Big Data y otros temas emergentes: <http://fernandosantamaria.com/blog/2012/12/que-entendemos-por-plataforma-de-aprendizaje-lms-lcms-vle-mle-eva-y-demas-sopas-de-letras/>

SENESCYT. (28 de Abril de 2014). *Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2014, de http://www.snna.gob.ec/wp-content/themes/institucion/comunicamos_noticias29.php

Slideshare. (13 de Marzo de 2012). *Slideshare*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2014, de <http://es.slideshare.net/niitta/dokeos-11981347>

003. INCIDENCIA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN EL RENDIMIENTO ACADÉMICO DEL ESTUDIANTE UNIVERSITARIO.

Autor:

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

El sistema educativo ecuatoriano responde a un modelo tradicional, el resultado afecta en los aspectos sociales, económicos, políticos, culturales y ambientales. El Sistema de Educación Superior expone el criterio de que los estudiantes respondan a las necesidades de aprendizaje básicas para superar la debilidad que existe en los procesos académicos y evitar la desconexión entre las necesidades económicas y el rendimiento académico. Por esa razón, en el presente estudio se pretende identificar la importancia de las competencias emocionales para lograr una mayor autogestión de la conducta humana y superar los obstáculos desde el punto de vista de las inteligencias: intrapersonal, interpersonal y emocional de la teoría de Howard Gardner, de manera que los estudiantes se motiven a aprender por sí mismos, que sigan un proceso que les permita concluir con su aspiración inicial. Por tanto, la inteligencia social implica la capacidad de controlar tanto las propias emociones como las de los demás. Además, el tema de las inteligencias múltiples, la creatividad, la adaptabilidad, la perseverancia, está relacionado también a los valores.

Con la finalidad de probar la hipótesis de que las emociones guían a los pensamientos y plasman comportamientos, se examinó la habilidad de inteligencia emocional a quince estudiantes universitarios en la asignatura de Teorías de Aprendizaje del semestre 1 del año 2015, de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, los cuales respondieron a un cuestionario para evaluar la calidad de las relaciones interpersonales, posterior a un espacio corto de capacitación. Del grupo, 11 estudiantes fueron mujeres y cuatro fueron varones. A mayor manejo emocional se observó mejores resultados académicos, mejores niveles de empatía y a la vez mejores conexiones interpersonales debido a un mejor desarrollo de la personalidad, de la autoestima y del estado anímico en general. Un análisis correlacional mostró que el control emocional ocasionó claridad e imaginación a un grupo de estudiantes capacitados. Factores de interacción positiva (compañerismo, intimidad, afecto y alianza), están asociados a la habilidad para percibir, valorar y expresar emociones con exactitud; lo cual implica generar sentimientos y pensamientos y resultados académicos con buenas puntuaciones. En casos en donde se evidencia el malestar, se asocia la depresión, la ansiedad, el estrés y arrojan resultados negativos en el aprendizaje. Por lo que los factores afectivos, emocionales promueven un crecimiento intelectual.

Palabras Clave

Inteligencia emocional, relaciones interpersonales, empatía, rendimiento académico.

ABSTRACT

The Ecuadorian educational system responds to a traditional model, the result affects the social, economic, political, cultural and environmental aspects. The System of Higher Education sets out the criteria that students meet the basic learning needs to overcome the weakness that exists in the academic processes and avoid disconnection between economic needs and academic performance. For that reason, it is intended to identify the importance of emotional competencies to achieve greater self-management of human behavior and overcome obstacles from the point of view of intelligences: intrapersonal, interpersonal and emotional theory of Howard Gardner, so that They motivate students to learn by themselves, to follow a process that allows them to conclude their initial aspiration. Therefore, social intelligence involves the ability to control both the emotions and those of others. In addition, the issue of multiple intelligences, creativity, adaptability, perseverance, is also related to values.

In order to test the hypothesis that emotions guide the thoughts and embodied behaviors, the ability emotional intelligence was examined fifteen university students in the subject of Learning Theories semester 1 2015, the Laica University Vicente Rocafuerte of Guayaquil, which answered a questionnaire to assess the quality of interpersonal relations, after a short training. Of the group, 11 students were women and four were men. A more emotional management

better academic result, higher levels of empathy and at the same time better interpersonal connections due to a better personality development, self-esteem and mood in general was observed. A correlational analysis showed that emotional control clearly and imagination led a group of trained students. Factors positive interaction (companionship, intimacy, affection and alliance), are associated with the ability to perceive, assess and express emotions accurately; which involves generating feelings and thoughts and academic results with good scores. In cases where the discomfort is evident, depression, anxiety, stress and associated results are negative learning. So affective, emotional factors promote intellectual growth.

Keywords

Emotional intelligence, interpersonal relationships, empathy, academic performance.

INTRODUCCIÓN

La elevación de la calidad de la educación en estos momentos constituye uno de los objetivos fundamentales de sistema educativo, en el cual desempeña un papel fundamental la influencia de la inteligencia emocional para el logro de mejores resultados de aprendizaje. Esto concuerda con la intención países desarrollados como Estados Unidos y México que incorporaron en la legislación argumentos para que a partir de la educación se contribuya a la mejor convivencia humana y se fortalezca el aprecio y respeto por la diversidad cultural, la dignidad de la persona, la integridad de la familia y el bienestar social. Son temas derivados de las habilidades emocionales. Lo mismo sucede en la Ley General de Educación Superior vigente en Ecuador y el Plan Nacional del Buen Vivir (2013 - 2017) que en sus objetivos: “Se reconocerán los derechos de todos los individuos, sin distinción alguna y se establecerán lineamientos claros de inclusión social” y “Se auspiciará la igualdad, cohesión, inclusión y equidad territorial en la diversidad, a través de actividades que informen y se socialicen con responsabilidad”. En el documento “Plan Nacional para el Buen Vivir” se expone que la calidad de vida y progreso de un país está ligado a la cobertura, calidad y pertinencia de la formación superior que brinda a sus ciudadanos y ciudadanas y a la inversión que realiza en ciencia, tecnología e innovación.

La evolución del concepto de inteligencia se ha efectuado desde la medición de la inteligencia académica y la obtención del cociente intelectual considera que las habilidades intelectuales son dinámicas y flexibles, acoge la teoría de Howard Gardner. Inicialmente, se reconoce el enfoque psicométrico, en el que prevalece una concepción de la inteligencia que se caracteriza por ser de naturaleza biológica y susceptible a la medición. Otros estudios de Jensen, Eysenck y Scarr, defienden la tesis de la inmodificabilidad de la inteligencia.

La inteligencia emocional es un tema que parte de la Psicología Cognitiva por lo que el enfoque cognitivo, basado en el paradigma del procesamiento de la información, fue adoptado por: Feuerstein, Campione, Ferrara, Brown y Sternberg y otros. La inteligencia es un proceso dinámico, auto-regulable que responde a la intervención externa ambiental y para Robert Sternberg está formada por una diversidad de habilidades de pensamiento y de aprendizaje que son empleadas en la resolución de problemas académicos y extraacadémicos. El español Eduardo Punset y otros autores que siguen las teorías de neuroplasticidad neuronal, consideran que es posible mejorar la inteligencia. Por su parte, Gardner, se refiere al resultado del procesamiento del pensamiento humano más amplio y completo que el cognitivo y considera un abanico de inteligencias denominadas “múltiples”. Es decir, manifiesta que existen distintas inteligencias que pueden ser estudiadas y estimuladas por separado; su teoría de las inteligencias múltiples, adopta la naturaleza plural de la inteligencia y atribuye a otras capacidades humanas el mismo valor que se otorgaba a las habilidades lingüísticas y lógico-matemáticas.

Se puede inferir que el concepto de inteligencia va ligado a la cultura. Por esta razón, en occidente se ha relacionado la inteligencia con el desarrollo de competencias de índole cognitivo y meta cognitivo. Este tema abarca dimensiones y habilidades creativas, afectivas, sociales, motivacionales, volitivas y hasta la personalidad. Es muy probable que algunos factores emocionales incidan en el bajo rendimiento académico en el nivel superior e inclusive en la deserción. De modo que, la Inteligencia Emocional es la habilidad para percibir, asimilar, comprender y regular las propias emociones y la de los demás mediante un crecimiento emocional e intelectual

A partir de la aplicación de las tecnologías de registro de imágenes de la actividad cerebral (Carter, 1998), se constata que la mente es “modular” porque funciona por “módulos” o “partes” que están interrelacionadas en mayor o menor medida. Son numerosas las inteligencias que denotan la capacidad del ser humano de adaptarse a las circunstancias cambiantes que debe afrontar desde numerosos planos: lo intelectual, lo social, lo filosófico, lo moral, emocional, etc.

En tal virtud, para realizar un estudio cualitativo y determinar cómo influye la inteligencia emocional en el rendimiento académico de los estudiantes universitarios, se escogió como muestra a un grupo de quince estudiantes del II año de Psicopedagogía, de la asignatura de Psicología del Aprendizaje en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, durante el periodo 2015. Al grupo se lo formó en la modalidad de taller con 5 sesiones con un total de 10 horas de clase de Introducción a la Psicología, al tratar de cubrir temas en la Unidad de Psicología Cognitiva y de la Psicología Humanista.

El procesamiento de resultados se logró a partir de un trabajo de investigación correlacional porque se partió de una hipótesis: ¿Cómo influye la inteligencia emocional en el rendimiento académico de los estudiantes? En el curso, se organizó la temática para revisar la literatura correspondiente. Una vez identificadas las variables y la información relevante, se aplicó según Sampieri (2010) un tipo de investigación correlacional, se identificó como variable dependiente, el rendimiento académico de los estudiantes de la Facultad de Educación y la variable independiente, la influencia de la inteligencia emocional. Es decir, ambas variables mantienen su dependencia y autonomía.

Al final de la actividad, los estudiantes identificaron que los temas de mayor impacto para la capacitación en el campo de la inteligencia emocional, son: La personalidad, la importancia de empatía, la inteligencia interpersonal, intrapersonal, la aplicación de estrategias para desarrollar la autoestima, la comunicación asertiva, afectiva y efectiva.

En segundo lugar, con el fin de observar los resultados de la inteligencia emocional en los estudiantes que recibieron la orientación en la temática inicial, a través de técnicas de investigación grupal se les dio la consigna de crear actividades dirigidas a jóvenes de una institución educativa en el nivel básico, para que generen ejercicios en el campo emocional y afectivo a través del modelo teórico de inteligencias múltiples de Gardner (1993) "la inteligencia es plural. El autor distingue ocho tipos básicos de inteligencia entre los cuales se destacan la inteligencia intrapersonal e interpersonal. Los resultados de las investigaciones del nuevo constructo de la inteligencia emocional indican que podrían ser independientes de las puntuaciones que se obtienen en las pruebas de inteligencia (Gardner, 2001). Para el estudio de los procesos cognitivos en aspectos lógicos-matemáticos y lingüísticos o verbales, algunos instrumentos llamados baterías de pruebas de inteligencia de Weschler, el test de WAIS (1939) de adultos y el test de WISC (1949) para niños; contribuyen a desarrollar una ciencia de la inteligencia humana que conecta la emoción y los sentimientos con su intervención en el rendimiento académico.

A favor de la creatividad, otro autor, Robert Sternberg (1997), se aleja del cognitivismo puro al incluir otras dimensiones no estrictamente cognitivas dentro de su concepción de la inteligencia. Este autor, integra dentro del concepto de inteligencia, la creatividad y aspectos personales y sociales; defiende que para alcanzar el éxito en el "mundo real" es preciso desarrollar, además de la inteligencia analítica, las inteligencias creativa y práctica. Su teoría, destaca tres aspectos: 1º. Hay muchas maneras de ser inteligente, 2º. Las puntuaciones de los test tradicionales miden un tipo de inteligencia y 3º. Propone ir más allá del cociente intelectual; es decir, más allá de la inteligencia analítica para identificar a personas inteligentes con pronóstico de resultados favorables en la vida, debido a que la inteligencia analítica no es suficiente para desempeñarse de manera exitosa en el mundo real. Uno de los tópicos o "mitos" de la inteligencia (Sternberg, 1996), es asumir que la inteligencia es unitaria. Es decir, reconocerla como una capacidad "general" de adaptación y de resolución de problemas. Manifiesta que atrás quedó la idea de quien posee una "alta" inteligencia, entonces, será más "capaz" y que existen otros factores que inciden en lograr una mayor adaptación al medio y a las circunstancias (sean cuales sean). En otras palabras, el peso de la evidencia en el tema de la inteligencia es multidimensional y el rango total de estas dimensiones está parcialmente representado por la única capacidad general" (Sternberg, 1996, p.96).

La inteligencia emocional según (Mayer, Salovey y Caruso, 2000b) fue definida mediante el análisis de los trabajos científicos como el best-seller (Goleman,1996). Posteriormente, Goleman (1998), describe la inteligencia emocional como la capacidad potencial que determina el aprendizaje de habilidades prácticas, la conciencia de uno mismo, la motivación, el autocontrol, la empatía y la capacidad de relación. La aplicación de la técnica de la observación y los métodos inductivo, deductivo, analítico y sintético, sirvieron para comprender los aspectos relevantes.

La respuesta al planteamiento: ¿Cómo incide la inteligencia emocional en el rendimiento académico de la Universidad? Tuvo como resultado que el grupo de estudiantes efectivamente logró mejores puntajes en las diferentes asignaturas, los estudiantes resolvieron problemas relacionados a su carrera universitaria; además, compartieron experiencias al final del semestre, resaltaron que el éxito es producto de la intervención de la inteligencia emocional, lo cual implica una adecuada interrelación con los demás grupos en distintos contextos. Los postulados asociados al control emocional tuvieron como base a los siguientes autores: Gardner, Pelechano, Salovey, Mayer, entre otros, y para la inteligencia interpersonal, social y emocional (Vallés,2001).

La capacitación en las temáticas resaltadas permitió el desarrollo de competencias emocionales en el grupo de estudiantes; se pudo observar que éstas influyen positivamente en el rendimiento académico, lo cual conlleva a plantear otro objetivo en el trabajo de investigación: Identificar cuáles son las reflexiones teóricas en la educación de las emociones a fin de romper barreras sociales, intelectuales, lazos de ignorancia, limitaciones de miedo, y considerar a la inteligencia emocional como una alternativa para lograr la inclusión educativa. Finalmente, el aporte teórico servirá para realizar otras investigaciones a partir de la pluralidad dimensional para lograr un mejor aprovechamiento de las potencialidades formativas con dimensiones axiológicas y mejorar el rendimiento académico en todas las áreas científicas.

En ámbitos escolares el lenguaje es el soporte funcional de las acciones ya que permitirá por medio de la palabra expresar opiniones, pensamientos, ideas de lo que desean transmitir hacia sus oyentes, en este caso sus compañeros y profesor. En el currículo actual de los diferentes niveles educacionales se propone integrar el diálogo intercultural que estuvo relegado durante siglos. Al eliminar la fragmentación de los contenidos se promueve la contextualización y pertinencia de los aprendizajes, la observación de la realidad como dinámica multidimensional, propone el proyecto de vida, los ambientes de aprendizaje, la investigación, la gestión social; además, considera la perspectiva cultural con nuevos criterios de calidad para la adopción de nuevos modelos pedagógicos y curriculares, en otras palabras, nuevas formas de organizar el conocimiento. De tal manera que se requiere que la sociedad disponga de sistemas eficaces para la transmisión de dicha cultura como lo propuso Vigostky en su teoría interaccionista.

Inteligencia emocional y rendimiento escolar

Etimológicamente, la palabra inteligencia “*intus legere*” significa leer o conocer en su intimidad y en profundidad la realidad de las cosas; es decir, está relacionada al proceso cognitivo. En el año 1900, Alfred Binet manifestó que inteligencia es la habilidad para mantener determinada dirección sobre ciertas situaciones y la habilidad para realizar actos con conciencia propia. En 1905

Binet realizó test psicológicos, que posteriormente fueron revisados por Stanford y en 1950, Baker diseñó un instrumento de diagnóstico mental. Inteligencia era la habilidad para sobresalir en el aprendizaje o adquirir con facilidad habilidades o conocimientos. Posteriormente, Buckingham (ref. por Cabezas, 1990:160) definió a la inteligencia como “la capacidad para actuar en forma eficiente en condiciones dadas”. En esta época Berché adoptó el indicador de superdotación con un coeficiente superior a 130 en la escala de Wechsler; dedujo que uno de cada 260 niños posee un Coeficiente Intelectual entre 130 y 140 y que uno de cada 3.250 niños tiene un Coeficiente Intelectual entre 140 y 150. De manera que los niños con talentos especiales han superado las habilidades comunes. Cox, en su obra *Genetics Studies of Genius* (ref. por Baker, 1950), hizo inferencias sobre los rasgos mentales de los primeros años de vida de 300 hombres denominados “genios” que habían sobresalido en las actividades realizadas.

Howard Gardner establece la teoría de inteligencias múltiples, atribuye que cada persona tiene distintos tipos de inteligencia: La inteligencia lingüística, es la capacidad para desarrollar en forma efectiva el lenguaje, es más utilizada para poetas y escritores; la inteligencia lógica-matemática, se la conoce como la capacidad para el razonamiento lógico y la resolución de problemas matemáticos; la inteligencia espacial, permite observar el mundo y los objetos desde diferentes perspectiva; la inteligencia musical desarrolla habilidades para tocar instrumentos, leer y componer piezas musicales con facilidad; la inteligencia corporal y cinestésica, característica de bailarines; la inteligencia intrapersonal, la desarrollan las personas que son capaces de acceder a sus sentimientos y emociones y reflexionar sobre éstos; la inteligencia interpersonal es la habilidad para detectar y entender las circunstancias y problemas de los demás; la inteligencia naturalista es conocida como una de las inteligencias esenciales para la supervivencia del ser humano.

En este grupo se encuentra la inteligencia emocional que es el resultado de controlar nuestras propias emociones; según Goleman “esta inteligencia es una clave para el éxito personal y profesional”. En una de sus conferencias, Goleman manifestó que la mayoría de los estudiantes que llegaron a triunfar académicamente, dieron el discurso de graduación en representación de sus compañeros o lograron alguna distinción, no son los que han llegado a triunfar en la vida. Así como la competencia emocional incide en el mundo laboral, en la literatura científica existen dos grandes modelos de Inteligencia Emocional (IE): los modelos mixtos y el modelo de habilidad. Los modelos mixtos combinan dimensiones

de personalidad como asertividad, optimismo, etc. con habilidades emocionales (Goleman y Bar-On). Modelos como el de John Mayer y Peter Salovey, son el resultado de estudios empíricos en las revistas especializadas.

En relación a los cambios ocurridos a nivel empresarial, la UNESCO y la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) destacan la importancia de las habilidades socio-afectivas, en lo posterior, el término competencias aparece con la investigación de López, Barajas, Ortega y Moremo (2010) quienes observaron un programa denominado mindfulness acerca de competencias emocionales aplicado a un grupo de 49 estudiantes universitarios con el que mide la inteligencia emocional autopercebida.

El tema de cognición y emociones está asociado directamente. En el informe Delors (1997), que aún se lo considera un referente, se observa que además de los cuatro pilares de la educación para el siglo XXI “aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a convivir y aprender a ser, hay dos últimos pilares (aprender a convivir y a ser), se encuentran estrechamente relacionado con las habilidades sociales y emocionales. En este sentido, se considera que la emoción es la reacción o la respuesta en relación al estímulo del ambiente. El cómo gestionar nuestras emociones es un asunto importante porque contribuye a dirigir nuestros pensamientos y acciones.

La Universidad de Málaga se propuso examinar la viabilidad del constructo como factor explicativo del rendimiento escolar en estudiantes de E.S.O., no simplemente como una relación directa entre IE y logro académico, sino analizando el efecto mediador que una buena salud mental ejerce sobre el rendimiento medio escolar de los estudiantes. A diferencia de los estudios anteriores, la hipótesis planteada en esta investigación parte de un efecto indirecto de la IE sobre el rendimiento académico a través de sus influencias sobre los niveles depresivos y ansiosos de los escolares. Estos criterios concuerdan con las opiniones de Extremera y Fernández-Berrocal (2001). Por otro lado, la inteligencia emocional es una habilidad de aprender a controlar las emociones desde antes de ingresar a la universidad y requiere un cambio de estrategia a fin de integrar aspectos académicos, sociales, culturales y emocionales, hasta su egreso. De ese modo, lo plantea la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior.

Percepción y expresión emocional es un proceso cognitivo que incluye la habilidad de identificar emociones en uno mismo, con sus correspondientes correlatos físicos y cognitivos, como también en otros individuos, junto con la capacidad de expresar emociones en el lugar y modo adecuado. Es decir, la regulación de relaciones interpersonales, debe evidenciar virtudes de liderazgo, manejo de conflictos y trabajo colaborativo. En el campo de la Educación Superior el Modelo Bar-On define: “La inteligencia socioemocional es un conjunto de competencias y habilidades que determinan cuán efectivamente los individuos se entienden, comprenden a otros, expresan sus emociones y afrontan demandas de la vida diaria (Bar-On, 2010)”

El factor emocional concentra su atención en la selección de la información relevante, determina tanto la manera de enfrentar los problemas como la forma de procesar la información. En definitiva, la capacidad para generar sentimientos que faciliten el pensamiento.

El conocimiento emocional está asociado al etiquetado correcto de las emociones, a la comprensión del significado emocional. Por ende, la regulación emocional es la capacidad de estar abierto tanto a estados emocionales positivos como negativos, reflexionar sobre los mismos para determinar si la información que los acompaña es útil sin reprimirla ni exagerarla, además incluye la regulación emocional de emociones.

De manera que, la cognición y las emociones están ligadas a los procesos de educación (Pérez Ferra y Gonçalves, 2013, p. 4), la idea entonces es formar personas con pensamiento crítico para contribuir al desarrollo social y colectivo. Pérez Ferra y Gonçalves (2013) consideran que las competencias básicas tienen que ver con el saber hacer enfrentando “el poder hacer según las circunstancias y los estilos cognitivos individuales, ello implica también el aprender a aprender contenidos curriculares, descartando lo poco significativo a lo largo de toda la vida” Anijovich y Mora (2010) proponen "Reconocer las diferencias, porque es la mejor forma de incluir a todos...".

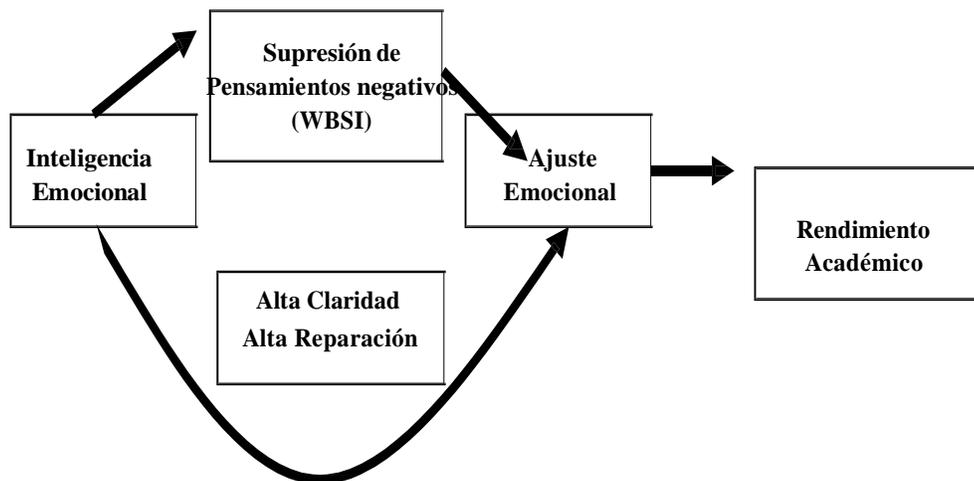


Figura 1. Modelo explicativo del efecto de la IE sobre el rendimiento académico (Extremera y Fernández-Berrocal, 2001).

Bruner reconoce en el desarrollo cognitivo tanto elementos sociopolíticos como elementos evolutivos; sin embargo, sus postulados están más cercanos a las teorías desarrolladas por Vygotsky que las que ha planteado Piaget, porque concibe el desarrollo cognitivo como un proceso de fuera hacia dentro; es decir que parte de la cultura al interior de la persona. Con ésta óptica, la educación es entonces un proceso fundamental en el desarrollo de las capacidades cognitivas del individuo. (Bruner, 1995). Estudios de Salovey y Mayer apoyaron la idea de que la inteligencia se puede utilizar sobre uno mismo (inteligencia intrapersonal) o sobre los demás (inteligencia interpersonal). Ambos aspectos (personal e interpersonal) son independientes.

El departamento de Psicología de la E.U. Magisterio de Toledo en la Universidad de Castilla-La Mancha ha constatado una relación directa entre la IE y el rendimiento escolar en alumnos universitarios "Las emociones son reacciones inconscientes que permiten afrontar las situaciones positivas de la vida"; otras investigaciones hacen conexiones entre rendimiento escolar y la IE intrapersonal, entendida como el metaconocimiento para atender a estados afectivos, experimentar con claridad los sentimientos propios y poder reparar los estados emocionales negativos y prolongar los positivos, influye decisivamente sobre la salud mental de los estudiantes y un adecuado equilibrio psicológico interviene en el rendimiento académico final (Chen, Rubin y Li, 1995; Haynes, Norris y Kashy, 1996). Por tanto, este nuevo constructo se suma a las habilidades cognitivas como un predictor adecuado del logro escolar.

CONCLUSIONES

Los programas más exitosos son los que ayudan al estudiante a desarrollar la capacidad de tomar decisiones por sí mismos en su propio contexto. Conciernen a los educadores, diseñar ambientes de aprendizaje a fin de favorecer los conocimientos emocionales y el razonamiento emocional, con la aspiración que esta combinación permita a los jóvenes a encontrar su propio camino para tomar buenas decisiones. La mayoría de ellos necesitarán una guía o dirección que puede ser un tutor.

El programa de inteligencia emocional es indispensable aplicar desde la formación de nivel inicial hasta el profesorado. Hay personas que comprenden bien sus propias emociones pero con grandes dificultades para tener empatía con los demás. La formación de estas capacidades emocionales debe estar adscrita al currículum universitario para combatir la inestabilidad, los trastornos emocionales, asegurar la calidad y el rendimiento académico. En el concepto de "(Reyes et al., 2012), los estudiantes necesitan retos y disfrutar del aprendizaje; hay una correlación entre el clima emocional y el éxito académico de los estudiantes.

Las competencias de autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía y destrezas sociales formarían parte de este constructo denominado inteligencia emocional, incluyendo la inteligencia intrapersonal e interpersonal. Es posible que las personas que poseen un ego muy elevado tengan limitaciones para aceptar la realidad, por lo que se recomienda buscar el origen de algún tipo de emoción que pueda influir en la conciencia emocional y tener una correcta autovaloración. Son importantes también, la autoconfianza, el autocontrol, la autoconfiabilidad para llegar al logro de un objetivo a pesar de las frustraciones o circunstancias.

Por otra parte, la expectativa motivacional tiene que ver con la representación anticipada intencional que la persona tiene sobre su actuación y sus resultados futuros. Es decir, el juego imaginativo, cognitivo y afectivo en todos los niveles de formación contribuye al desarrollo de la inteligencia emocional. La temática está relacionada a los propósitos, las metas, los planes y proyectos de la personalidad. Por tanto, constituye el aspecto cognitivo que garantiza la direccionalidad en la actuación en un contexto determinado. Es por ello que el docente debe conocer las verdaderas demandas intelectuales de sus estudiantes, sus estilos cognitivos y las estrategias de aprendizaje que particularizan los mismos, detectar cuáles son las predominantes con el fin de diseñar las actividades que permitan la consecución de los objetivos, adecuar los métodos de enseñanza a los estilos y las estrategias de aprendizaje, considerando las condiciones emocionales para el desarrollo exitoso de la actividad. Además, propiciar expectativas motivacionales y estados de satisfacción positivos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amador, P. (24 de Agosto de 2011). Pedro Amador. Obtenido de <http://www.pedroamador.com/desfibrilador-emocional>.
- Arias Galicia, L. (2010). *Metodología de la Investigación* (7ª edición ed.). Méxio, México, México: Trillas
- Bisquerra Alzina, Rafael (2003), "Educación emocional y competencias básicas para la vida", en Revista de Investigación Educativa, vol. 21, núm. 1, Barcelona, Asociación Interuniversitaria de Investigación en Pedagogía, pp. 7-43.
- Bisquerra Alzina, Rafael y Nuria Pérez Escoda (2007), "Competencias emocionales", en Educación, vol. 21, núm. 10, Barcelona, Universidad de Barcelona, pp. 61-82.
- Charbonneau, D. & Nicol, AAM. (2002): Emotional Intelligence and prosocial behaviors in adolescents. *Psychological Reports*, vol 90, 2, 361-370.
- Davidson, R., Goleman, D., & Ricard, M. (27 de Junio de 2013). Aprender a gestionar las emociones. (E. Punset, Entrevistador) <https://www.youtube.com/watch?v=EEydoHsmrXs>
- Extremera Pacheco, N. y Fernández-Berrocal, P. (2003). La inteligencia emocional: Métodos de Evaluación en el Aula. *Revista Iberoamericana de Educación*.
- Fernández-Berrocal, P. y Extremera Pacheco, N. (2002). La inteligencia emocional como una habilidad esencial en la escuela. *OEI-Revista Iberoamericana de Educación*.

Fernández-Berrocal, P., Extremera, N. y Ramos, N. (2004): Validity and reliability of the spanish modified versión of the trait meta-mood scale. *Psychological Reports*, 94, 751-755.

García Moriyón, F. (coord.), (2002): Proyecto Didáctico Quirón. Programa Filosofía para Niños. Ediciones de la Torre. Madrid.

Goleman, D., González D., Mora, F. (2009). *Inteligencia Emocional*. Barcelona: Kairós, Print.

Mayer, J. D., Salovey, P., y Caruso, D. R. (2002): Mayer-Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test (MSCEIT). Item Booklet. Toronto, Canada: MHS Publishers.

Coscatl. (2015). Recuperado el 14 agosto 2016. Obtenido de <http://www.coscatl.com/blog/poder-empatia-en-el-area-laboral>

Penoyar, B. (s.f.). Recuperado el 14 agosto 2016. Obtenido de http://motivacion.about.com/od/psicologia_positiva/a/Que-Es-La-Empatia.htm

004. ANÁLISIS SOBRE MEDICIÓN EN TIC Y SUS AVANCES LOGRADOS EN LA GENERACIÓN DE NUEVO CONOCIMIENTO.

Autor:

MSc. Paula Villagómez De Oliveira E Souza

Ingeniera en Sistemas computacionales. Máster Ejecutiva en Informática de Gestión y Nuevas Tecnologías. Docente Titular de la Facultad de Sistemas de la Universidad Tecnológica Ecotec, Guayaquil-Ecuador.

pwillagomez@ecotec.edu.ec

RESUMEN

En la actualidad, nuestra sociedad se ve influenciada por los avances científicos que producen cambios en el quehacer humano en todas sus áreas. En el caso de la educación, se llevan a cabo reestructuraciones de todos sus elementos que no consiste en enseñar las asignaturas a través de las nuevas tecnologías, sino que estas nuevas tecnologías deben producir unos cambios que corresponden al nuevo conocimiento generado en un entorno cambiante, adaptándose a ella.

La toma de decisión de inversión en TIC (Tecnología de Información y Comunicación) no es una tarea sencilla. Hay que disponer de un valor cuantificable que mida el retorno de la inversión, en este caso se podría determinar por crecimiento de estudiantes por una mejora en la calidad y también por el porcentaje de estudiantes que tengan ubicación laboral luego de graduarse. La presente investigación realiza un análisis documental sobre lo que las instituciones educativas están invirtiendo en TIC, versus los resultados efectivos en la generación de nuevo conocimiento.

La era digital exige cambios en el área educativa y aplicar las TIC es una necesidad que permite el manejo de la información entre personas y contextos, en el sentido educativo el Invertir en infraestructuras Tecnológicas debería mejorar la gestión del proceso científico.

Palabras Clave

Conocimiento, Educación, TIC, Inversión.

ABSTRACT

Today, our society is influenced by scientific advances that result in changes in human activity in all areas. In the case of education, they are carried out restructuring its entirety that is not to teach subjects through new technologies, but these new technologies should produce changes that correspond to the new knowledge generated in a changing environment, adapting to her.

Decision making investment in TIC (Communications and Information Technology) is not an easy task. You have to have a quantifiable value that measures the ROI in this case could be determined by student growth by an improvement in the quality and also the percentage of students with job placement after graduation. This research makes a documentary analysis of what educational institutions are investing in ICT, versus actual results in the generation of new knowledge.

The digital era requires changes in education and TIC application is a necessity that enables management of information between people and contexts in the educational sense Technology Investing in infrastructure should improve the management of the scientific process.

Keywords

Knowledge, Education, TIC, Investment

INTRODUCCIÓN

Desde la introducción en el ámbito educativo de las TIC y el gran esfuerzo en inversiones económicas que se han tenido que realizar, ha originado que este requerimiento llegue a formar parte de las políticas educativas de muchos países. La implementación de las TIC como parte de herramientas metodológicas dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje han ido acompañadas por la necesidad de monitorear el progreso alcanzado, recurriendo a indicadores confiables y válidos. Con las TIC se espera tener mayor aprendizaje y calidad de la educación incorporando reformas de los sistemas educativos. Sin embargo, según el Grupo InfoDev del Banco mundial (Trucano, 2005) revela que a pesar de grandes inversiones en las últimas décadas en los países de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) y a pesar del creciente uso de estas tecnologías en los países en desarrollo, los beneficios derivados de estas tecnologías no parecen estar suficientemente sustentados y la evidencia sobre su impacto real es algo subjetiva, aunque existan indicadores internacionales que permitan medir con mayor precisión los beneficios reales de las TIC en educación. El objetivo de este trabajo es realizar un análisis sobre inversión en TIC en instituciones educativas y las mediciones realizadas para establecer los beneficios en la generación de nuevo conocimiento.

DESARROLLO

TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Las TIC son el conjunto de tecnologías que son usadas como herramientas dentro de cualquier ámbito para conseguir un objetivo y tomó auge a partir de los avances científicos.

De acuerdo a la IEC (Comisión Internacional de Electrotecnia), son el grupo de aplicaciones que usan tecnologías de información y comunicación, en las que se encuentran: software, hardware, internet, contenidos y comunicaciones.

Según Cabero (1998) indica que las TIC giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexiónadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas. (p.198).

EVOLUCIÓN DE LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN LAS AULAS

Dentro del salón de clases a través de la historia, los docentes se han valido de múltiples instrumentos; inicialmente la educación se impartía en pizarras de madera, de cemento, luego pizarras acrílicas y ahora también se utilizan pizarras interactivas.

Se enseñaba a través de papelógrafos, carteles, acetatos, etc., y luego a partir de la década de los noventa se comenzaron a implementar las computadoras en el aula que permitían una mejor planificación y desarrollo mediante el uso ya de recursos tecnológicos que conllevan a mejorar el proceso de enseñanza- aprendizaje y lograr que los estudiantes tengan las competencias señaladas dentro de los objetivos educativos, siempre buscando la eficiencia y efectividad en el aprendizaje.

Hoy en día, se exige al ser humano estar actualizado en conocimientos y por esto es que instituciones educativas tienen que cambiar los contenidos programáticos para lograr formar unos ciudadanos con las competencias necesarias para desenvolverse dentro de una sociedad de tecnología e información, sin descuidar el objetivo pedagógico.

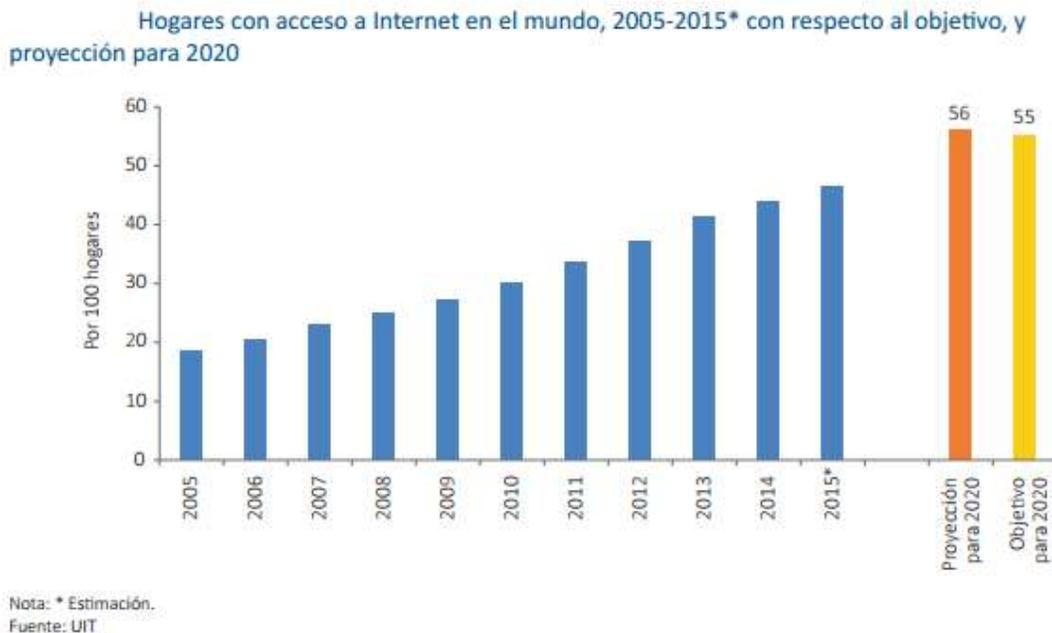
Existen Investigaciones que presentan guías, pasos, etc. para implementar a las TIC o presentan a las TIC como una herramienta para el aula (Baena, 2008) pero realmente todo el contexto de implementar las TIC es mucho más que eso.

MEDICIONES

La UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones) elaboró un informe en el 2015 sobre Medición de la Sociedad de la Información presentando una visión global

de los últimos avances en las TIC destacando los aspectos en que es necesario seguir introduciendo mejoras.

Se desea lograr que al menos el 55 % de los hogares de todo el mundo tengan acceso a Internet en 2020, en relación con el 46,4 % estimado en 2015.



IDT (Índice de Desarrollo de las TIC) es un índice que combina algunos indicadores que miden el nivel y la evolución en el tiempo de las TIC en los países, los progresos alcanzados en el desarrollo de las TIC en los países desarrollados y en desarrollo, la brecha digital y el potencial de desarrollo de las TIC y la medida en que los países pueden aprovecharlas para mejorar su crecimiento y desarrollo. El IDT se divide en tres subíndices: subíndice de acceso, subíndice de utilización y subíndice de aptitudes, que corresponden cada uno a distintos aspectos del proceso de desarrollo de las TIC. El informe presenta los valores IDT de 167 economías, sobre la base de los datos recogidos a finales de 2014 (IDT 2015), y los compara con los datos de 2010 (IDT 2010). Todos los países mejoraron sus valores del IDT entre 2010 y 2015, pero la disparidad entre el más alto y el más bajo no ha variado. Los resultados muestran que todos los países aumentaron sus valores del IDT entre 2010 y 2015. El valor medio del índice se incrementó en 0,89 puntos, de 4,14 en 2010 a 5,03 en 2015, y se observan aumentos más pequeños en los valores

Índice de Desarrollo de las TIC: indicadores, valores de referencia y factores de ponderación

Acceso a las TIC	Valor de referencia	(%)	40
1. Abonados a la telefonía fija por cada 100 habitantes	60	20	
2. Abonados a la telefonía móvil celular por cada 100 habitantes	120	20	
3. Ancho de banda de Internet internacional (bit/s) por usuario de Internet	962'216*	20	
4. Porcentaje de hogares con computadora	100	20	
5. Porcentaje de hogares con acceso a Internet	100	20	
Utilización de las TIC	Valor de referencia	(%)	40
6. Porcentaje de personas que utilizan Internet	100	33	
7. Abonados a la banda ancha fija por 100 habitantes	60	33	
8. Abonados a la banda ancha móvil por 100 habitantes	100	33	
Aptitudes de las TIC	Valor de referencia	(%)	20
9. Tasa de alfabetización de los adultos	100	33	
10. Porcentaje bruto de inscripción en enseñanza secundaria	100	33	
11. Porcentaje bruto de inscripción en enseñanza terciaria	100	33	

Índice de Desarrollo de las TIC

Nota: * Corresponde a un valor logarítmico de 5,98, utilizado en la etapa de normalización
Fuente: UIT

El informe confirma que, si bien algunos países en desarrollo en las regiones de Asia y el Pacífico y de los Estados Árabes se encuentran entre los países con buenos resultados (incluido el que tiene el índice más elevado en general, la República de Corea), existe una sólida correlación entre los valores del IDT y el nivel de desarrollo.

Calificaciones y clasificaciones mundiales -ID 2015 Ranking Según UIT

IDI 2015	Economy	IDI 2015	IDI 2010	IDI 2010
Rank		Value	Rauk	VaJue
1	Korea (Rep.)	8.93	1	8.6
2	Denmark	8.88	4	8.1
3	Iceland	8.86	3	8.1
4	Utúted Kingdom	8.75	10	7.6
5	Sweden	8.67	2	8.4
6	Luxembourg	8.59	8	7.82
7	Switzerland	8.56	12	7.60
8	Netherlands	8.53	7	7.82
9	Hong Kong, China	8.52	13	7.41
10	Norway	8.49	5	8.16
11	Japan	8.47	9	7.7
12	Finland	8.36	6	7.9
13	Australia	8.29	15	7.3
14	Gennany	8.22	17	7.28
15	Utúted States	8.19	16	7.30
16	New Zealand	8.14	19	7.1
17	France	8.12	18	7.22
18	Monaco	8.10	22	7.01
19	Singapore	8.08	11	7.62
20	Estonia	8.05	25	6.70
21	Belgium	7.88	24	6.76
22	Ireland	7.82	20	7.0
23	Canada	7.76	21	7.0
24	Macao, China	7.73	14	7.3
25	Austria	7.67	23	6.90
26	Spai11	7.66	30	6.5
27	Bahrain	7.63	48	5.42
28	Andorra	7.60	29	6.60
29	Barbados	7.57	38	6.0
30	Malta	7.52	28	6.6
31	Qatar	7.44	37	6.10
32	United Arab Emirates	7.32	49	5.3
33	Slovenia	7.23	27	6.69
34	Czech Republic	7.21	33	6.30
35	Israel	7.19	26	6.69
36	Belants	7.18	50	5.3
37	Latvia	7.16	34	6.2
38	Italy	7.12	31	6.3
39	Greece	7.09	35	6.20
40	Lithuania	7.08	39	6.0
41	Saudi Arabia	7.05	56	4.96
42	Croatia	7.00	42	5.8
43	Portugal	6.93	36	6.15
44	Poland	6.91	32	6.3
45	Russian Federation	6.91	46	5.5

46	Kuwait	6.83	45	5.6
47	Slovakia	6.82	40	5.9
48	Hungary	6.82	41	5.92
49	Uruguay	6.70	52	5.19
50	Bulgaria	6.52	47	5.45
51	Serbia	6.45	51	5.2
52	Argentina	6.40	54	5.02
53	Cyprus	6.37	44	5.75
54	Oman	6.33	68	4.41
55	Chile	6.31	59	4.90
56	Lebanon	6.29	77	4.1
57	Costa Rica	6.20	80	4.07
58	Kazakhstan	6.20	62	4.81
59	Romania	6.11	55	4.99
60	TFYR Macedonia	6.07	57	4.9
61	Brazil	6.03	73	4.29
62	Antigua & Barbuda	5.93	58	4.91
63	St. Kitts and Nevis	5.92	43	5.80
64	Malaysia	5.90	61	4.85
65	Montenegro	5.90	60	4.89
66	Moldova	5.81	74	4.2
67	Azerbaijan	5.79	76	4.21
68	St. Vincent and the Grenadines	5.69	63	4.69
69	Turkey	5.58	67	4.56
70	Trinidad & Tobago	5.57	65	4.5
71	Brunei Darussalam	5.53	53	5.05
72	Venezuela	5.48	71	4.36
73	Mauritius	5.41	72	4.31
74	Thailand	5.36	92	3.6
75	Colombia	5.32	83	3.91
76	Armenia	5.32	78	4.10
77	Bosnia and Herzegovina	5.28	75	4.2
78	Georgia	5.25	85	3.7
79	Ukraine	5.23	69	4.41
80	Dominica	5.12	66	4.56
81	Maldives	5.08	82	3.9
82	China	5.05	87	3.69
83	Grenada	5.05	64	4.67
84	Mongolia	5.00	97	3.52
85	Suriname	4.99	100	3.3
86	St. Lucia	4.98	70	4.39
87	Seychelles	4.96	81	3.9
88	South Africa	4.90	88	3.65
89	Panama	4.87	79	4.07
90	Ecuador	4.81	90	3.6
91	Iran (I.R.)	4.79	99	3.4
92	Jordan	4.75	84	3.8

93	Tunisia	4.73	93	3.62
94	Albania	4.73	89	3.65
95	Mexico	4.68	86	3.70
96	Cape Verde	4.62	107	3.14
97	Kyrgyzstan	4.62	112	3.02
98	Philippines	4.57	105	3.16
99	Morocco	4.47	96	3.55
100	Egypt	4.40	98	3.48
101	Fiji	4.33	102	3.28
102	VietNam	4.28	94	3.61
103	Dominican Rep.	4.26	101	3.38
104	Pem	4.26	91	3.64
105	Jamaica	4.23	95	3.60
106	El Salvador	4.20	110	3.10
107	Bolivia	4.08	113	3.00
108	Indonesia	3.94	109	3.11
109	Ghana	3.90	130	1.9
110	Tonga	3.82	111	3.08
111	Botswana	3.82	117	2.86
112	Paraguay	3.79	108	3.11
113	Algeria	3.71	114	2.99
114	Guyana	3.65	103	3.24
115	Sri Lank.a	3.64	115	2.97
116	Belize	3.56	104	3.17
117	Syria	3.48	106	3.14
118	Namibia	3.41	120	2.63
119	Bhutan	3.35	128	2.02
120	Hondw-as	3.33	116	2.94
121	Guatemala	3.26	118	2.86
122	Samoa	3.11	121	2.43
123	Nicaragua	3.04	123	2.40
124	Kenya	1.02	126	2.09
125	Vanuatu	2.93	124	2.19
126	Sudan	2.93	127	2.05
127	Zimbabwe	2.90	132	1.9
128	Lesotho	2.81	141	1.7
129	Cuba	2.79	119	2.66
130	Cambodia	2.74	131	1.9
131	India	2.69	125	2.14
132	Senegal	2.68	137	1.8
133	Gabon	2.68	122	2.41
134	Nigeria	2.61	133	1.9
135	Gambia	2.60	129	1.9
136	Nepal	2.59	140	1.75
137	Cote d'Ivoire	2.51	142	1.7
138	Lao P.D.R.	2.45	135	1.92
139	Solomon Islands	2.42	139	1.7

140	Angola	2.32	144	1.68
141	Congo (Rep.)	2.27	136	1.83
142	Myanmar	2.27	150	1.58
143	Pakistan	2.24	138	1.79
144	Bangladesh	2.22	148	1.61
145	Mali	2.22	155	1.46
146	Equatorial Guinea	2.21	134	1.96
147	Cameroon	2.19	149	1.60
148	Djibouti	2.19	143	1.69
149	Uganda	2.14	151	1.57
150	Mauritania	2.07	146	1.63
151	Benin	2.05	147	1.63
152	Togo	2.04	145	1.64
153	Zambia	2.04	152	1.55
154	Rwanda	2.04	154	1.47
155	Liberia	1.86	161	1.24
156	Afghanistan	1.83	156	1.37
157	Tanzania	1.82	153	1.54
158	Mozambique	1.82	160	1.28
159	Burkina Faso	1.77	164	1.13
160	Congo (Dem. Rep.)	1.65	162	1.23
161	South Sudan	1.63	N/A	N/A
162	Guinea-Bissau	1.61	158	1.33
163	Malawi	1.61	159	1.33
164	Madagascar	1.51	157	1.34
165	Ethiopia	1.45	165	1.07
166	Eritrea	1.22	163	1.14
167	Chad	1.17	166	0.88

Fuente: UIT

En el cuadro podemos apreciar que el Ecuador en el 2015 está clasificado en el IDT en la ubicación 90 con respecto a los demás países que fueron evaluados.

TIC EN EL ECUADOR

Según el INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos) el uso promedio del internet a nivel nacional en el 2013 fue del 40.4%, de los cuales el 45.1% lo hace en su hogar. En el área urbana el mayor porcentaje de la población utiliza Internet en el hogar con el 50.9%, mientras el mayor porcentaje de población del área rural lo usa en centros de acceso público con el 42.5%. En el 2013, el 32% de las personas usó Internet como fuente de información, mientras el 31.7% lo utilizó como medio de educación y aprendizaje.

En el Informe del año 2010 del Instituto de estadísticas de la UNESCO (Organización

de las Naciones Unidas de Ciencia y Tecnología) sobre América Latina y el Caribe y el uso de las TIC, el Ecuador se encuentra en el 13avo lugar.

Indica que la mayoría de los países privilegia la integración de la enseñanza asistida por TIC.

El análisis bibliográfico revisado permitió identificar las diferentes problemáticas en las aplicaciones de las TIC:

- Desconocimiento por parte de Directivos educativos de cómo aplicar las herramientas tecnológicas para optimizar el aprendizaje. (Almenara, 2007)
- Para muchos docentes educar resulta un verdadero reto, pero educar haciendo uso de las computadoras como herramienta potencial en la construcción de conocimiento lo es aún más.
- El mercado actual se caracteriza por la ferocidad de la competencia y la necesidad de adaptarse a un ritmo vertiginoso a los cambios que se producen cada día. En un entorno como este, en un mercado globalizado, donde cada vez se impone más la Filosofía 2.0 para ganar en competitividad (SLNE, 2012).
- La mayoría de gerentes de proyectos dedican la mayor parte de su esfuerzo a completar el proyecto a tiempo y tienden a olvidarse del monitoreo y control (PM4DEV, 2009).
- Riesgo de que una vez aplicado el proyecto de las TIC en una institución educativa no se evalúa si fue aplicada correctamente

CONCLUSIONES

Es necesario monitorear y evaluar las TIC en educación a lo largo de todo el proceso, desde su implementación hasta sus resultados en la generación de nuevo conocimiento, esto permitirá que cada país evalúe su propio avance respecto a los demás países. La definición, propósito, medición, fuente de datos, interpretación y limitaciones metodológicas, ofrece mayores detalles sobre estos indicadores.

El diagnóstico de la infraestructura entrega resultados cuantitativos, que permiten analizar la inclusión de las TIC de forma objetiva, y facilita la evaluación cualitativa del impacto que debe tener un seguimiento para lograr medir impacto y no quedar en tan solo un diagnóstico.

En la formación de la comunidad académica se puede concluir que las buenas prácticas educativas con TIC son acciones complejas y multidimensionales que exige comprender procedimientos de generación de conocimientos a través de las TIC, desarrollar nuevas estrategias didácticas constructivistas que usen las TIC, conocer las dificultades en el aprendizaje y cómo las TIC pueden ayudar para minimizarlas, revisar los contenidos curriculares para que las TIC transforme ese concepto existente en un nuevo conocimiento.

Estos conocimientos van más allá del que posee una persona experta en contenido curricular, un experto en TIC o un pedagogo experto.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Almenara, J. C. (2007). "Las necesidades de las TIC en el ámbito educativo: oportunidades, riesgos y necesidades". *Revista Tecnología y Comunicación Educativas*. 45, juliodiciembre de 2007, pp. 419. España.
- Baena, J. (2008). *Las Tics: Un nuevo recurso para el aula*. España: Granada.
- INEC (2013). *Tecnologías de la Información y Comunicación*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/> .Consultado en diciembre, 2014
- PM4DEV for Development Organizations. (2009). *Gestión del Presupuesto del Proyecto*. PM4DEV. USA
- SLNE, P. C. E. F. (2012). *Utilizar las TIC para fortalecer tu empresa*. España.
- UNESCO (2010). *América Latina y el Caribe y el uso de las TIC*. Obtenido de <http://www.unesco.org/> . Consultado en diciembre, 2013
- Unión Internacional de Telecomunicaciones (2015). Informe sobre Medición de la Sociedad de la Información 2015. Obtenido de http://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D-IND-ICTOI-2015-SUM-PDF-S.pdf. Consultado en agosto, 2016. ISBN: 978-92-61-16443-0

005. DE LA ACREDITACIÓN HACIA UNA CULTURA DE MEJORA CONTINUA EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR (IES).

Autor:

Odalys Marrero Sánchez

Docente Tiempo Completo

Universidad Tecnológica ECOTEC

Doctoranda Programa Comunicación Universidad Cádiz-España

omarrero@ecotec.edu.ec

RESUMEN

La acreditación es un proceso orientado a garantizar la calidad de una institución. No implica un modelo único y universal, ni debe guiarse prioritariamente por las tendencias del entorno. Es una validación que realiza un órgano acreditado para certificar el proyecto de cumplimiento de la institución, en este caso, en la educación superior sobre la base de una evaluación previa.

Constituye una oportunidad de mejora continua de las Universidades y debe ser una práctica permanente en sus procesos académicos encaminada al cumplimiento de indicadores de calidad reconocidos por el Estado y la sociedad.

En la Universidad debe fomentarse una cultura de trabajo en la que sus actores (docentes, directivos y personal administrativo) crezcan, aprendan y contribuyan al bien común. Es decir, desarrollen una cultura hacia la mejora continua.

Hacia el interior de la organización deben realizarse auditorías internas de los indicadores que se miden en cada proceso de acreditación para revisar de forma sistemática los avances y la efectividad.

Se realizó una investigación de alcance descriptivo, no experimental con un enfoque cualitativo. Se emplearon métodos teóricos para el estudio y análisis que sustentan el objeto de estudio.

El siguiente artículo trata acerca de la acreditación en las Instituciones de Educación Superior (IES), tomando como referencias las Normas Internacionales de la familia ISO 9000 (9000:2005 “Fundamentos y Vocabulario”, 9001:2008 “Requisitos” del Sistema de Gestión de la Calidad; Norma ISO 19011 “Directrices para la auditoría de Sistema de Gestión), destaca la importancia de la aplicación de auditorías internas que faciliten la revisión sistemática del proceso de acreditación. También analiza ¿cómo el fomento de

una cultura organizacional fuerte contribuye a la mejora continua y al logro de la eficacia y eficiencia de los procesos de acreditación de la Universidad?

Palabras claves: auditoría, acreditación, aseguramiento de la calidad, cultura organizacional, mejora continua.

Abstract

Accreditation is a process to ensure the quality of an institution process. It does not imply a single universal model, nor should be guided primarily by trends in the environment. It is a validation performed by an accredited certifying the compliance project of the institution, in this case, in higher education on the basis of a prior assessment body .

It is an opportunity for continuous improvement of universities and should be a permanent practice in their academic processes aimed at compliance with quality indicators recognized by the state and society.

At the University a work culture in which its actors (teachers , managers and administrative staff) should be encouraged to grow , learn and contribute to the common good . That is, develop a culture towards continuous improvement.

Inwardly of the organization internal audits of the indicators measured in each accreditation process to systematically review its effectiveness should be made.

Descriptive research scope, no experimental was performed using a qualitative approach. theoretical methods for the study and analysis of the theoretical foundations underlying the object of study were used.

The following article discusses the accreditation in Higher Education Institutions (IES) , taking as reference the International Standards ISO 9000 (9000 : 2005 " Fundamentals and vocabulary " 9001 : 2008 "Requirements" System Management Quality , ISO 19011 "Guidelines for auditing management system) , stresses the importance of implementing internal audits to facilitate the systematic review of the accreditation process . It also analyzes how the promotion of a strong organizational culture contributes to continuous improvement and achieving effectiveness and efficiency of the accreditation process at the University?

Key words: accreditation, quality, culture, continuous improvement.

INTRODUCCIÓN

Las Universidades como organizaciones sociales están integradas por procesos en los que intervienen personas que se desempeñan en tareas diferenciadas para lograr metas en común. Sus docentes, estudiantes y personal administrativo realizan las tareas y comparten experiencias en las que se van acoplando a una determinada cultura de trabajo. La creación de esta cultura es la que facilita la adaptación al cambio constante que se produce en el entorno.

Es innegable que la cultura universitaria como un todo organizado ha de ser construida eficientemente para que se convierta en un eje cohesionador entre sus miembros y debe sustentarse en funciones sustantivas de la educación superior como la Academia, Investigación y Vinculación, así como sus procesos de apoyo: organización, recursos e infraestructura y estudiantes.

Una cultura fuerte que se caracterice por la constancia, por hacer las cosas bien desde la primera vez está destinada al éxito. En este sentido, los procesos que interactúan en la universidad deben trabajar hacia el logro de sus metas y exigencias de la sociedad. En tal sentido, se trata de una cultura organizacional que se caracterice por la evidencia sistémica.

La acreditación en la educación implica una búsqueda de reconocimiento y credibilidad social por parte de sus miembros ya que garantizan la calidad. De ahí la necesidad de evaluar y acreditar a las Instituciones de Educación Superior (IES).

No basta solo con acreditarse, la idea es trabajar siempre por la mejora continua. Y esto significa perseverar en la concreción de actividades sostenibles en el tiempo y regulares y no como un arreglo rápido frente a los problemas puntuales que le puedan surgir como consecuencia de su labor diaria de prestación de servicios. Se trata, también de que se reconozca y se proyecte el trabajo de la Universidad tanto en el ámbito regional, como internacional.

La mejora continua en este proceso facilita el análisis de la situación existente y la búsqueda de posibles soluciones a los hallazgos detectados durante las auditorías internas realizadas a los procesos en la organización.

El siguiente artículo tiene como propósito reflexionar acerca de la importancia de la creación de una cultura hacia la mejora continua en las Instituciones de Educación Superior y en este sentido hace énfasis en la necesidad de acreditación como forma de evaluar la calidad de sus procesos que la hagan merecedora de la confianza y el respeto público de sus actores.

DESARROLLO

Cultura organizacional y Calidad en la Universidad.

La cultura organizacional es la manera en que actúan los integrantes de un grupo u organización y tiene su origen en un conjunto de creencias y valores compartidos. Según Schein (1991) “la cultura es un conjunto de valores, necesidades, expectativas, creencias, políticas y normas aceptadas y practicadas por los miembros de la organización.

Schein (1987) define la cultura como un

“modelo de presunciones básicas-inventadas, descubiertas o desarrolladas por un grupo dado al ir aprendiendo a enfrentarse con sus problemas de adaptación externa e integración interna -, que hayan ejercido la suficiente influencia como para ser consideradas válidas y, en consecuencia, ser enseñadas a los nuevos miembros como el modo correcto de percibir, pensar y sentir esos problemas”. (pp.26-27).

Asimismo Adler y Marguardt (2006) definen la cultura organizacional como el “conjunto de reglas relativamente estables que se comparte sobre cómo comportarse, así como una serie de valores sobre lo que es importante. (p.63).

Al igual que la personalidad humana, la cultura organizacional atrae a un tipo de persona, mientras que, a otras las aleja. Es decir, unas se sienten cómodas con las reglas establecidas y otras apuestan por los cambios.

En sentido general, pertenecer a una cultura organizacional significa escoger una forma de vida con la que se identifiquen sus miembros y en las que a pesar de las diferencias en cuanto a sus dimensiones de sociabilidad, distribución del poder y autonomía en el trabajo, grado de estructura, premios por logros, oportunidades de crecimiento, tolerancia del riesgo al cambio, tolerancia del conflicto y apoyo emocional; se perpetúen sus valores en una cultura agradable y positiva que garanticen la satisfacción en el trabajo y en la que esté presente una comunicación eficaz tanto ascendente como descendente.

Por ello, es vital identificar correctamente los valores y creencias que comparte un colectivo para influir y orientar la cultura organizacional hacia las metas trazadas de la organización.

Según Malagón (2009), los sistemas de calidad constituyen un medio que potencian la capacidad de moldear la cultura organizacional ya que incorpora valores, comportamientos, hábitos, y propuestas en consecución de la calidad y la cultura organizacional y es un potente motor que hace funcionar los recursos de la organización.

La calidad absoluta es inalcanzable e incluye tanto a la dirección y gestión, como los resultados alcanzados con respecto a los diferentes grupos de interés, con expectativas distintas y siempre cambiantes. Alonso, Barcos y Martín, (2006a).

El término “calidad” (inspección, control de la calidad, aseguramiento de la calidad y calidad total), han ido modificándose en el tiempo y aunque, divergen los enfoques de diferentes autores en torno a su definición. (Ver tabla 1), todas tienen en común la satisfacción de las necesidades y expectativas de los grupos de interés comprometidos con la organización.

Tabla 1. Definición de calidad según varios autores (2006)

Autor	Enfoque
Modelo EFQM de Excelencia	Modo sobresaliente de gestionar la organización, mediante la aplicación de los ocho conceptos fundamentales: liderazgo y constancia de objetivos; gestión por procesos y hechos; desarrollo e implicación de las personas; aprendizaje, innovación y mejora continua; desarrollo de alianzas y responsabilidad social.
Ishikawa	Diseño de un producto y oferta de un bien o servicio que sea útil, lo más económico posible y siempre satisfactorio para el cliente.
Crosby	Conformidad con la especificación o el cumplimiento de requisitos. Sin una concreción en especificaciones que trasladen al lenguaje técnico los deseos del cliente, es muy difícil obtener los objetivos de calidad.
Juran	Adecuación al uso previsto. Sin un cliente satisfecho que juzgue el producto/servicio adecuado a sus necesidades, no puede hablarse de buena calidad.
Deming	Grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste y adecuado a las necesidades del mercado.
Aristóteles	Calidad como hábito, no como acto.

Una forma de acercarse al concepto de calidad en la educación superior son los lineamientos establecidos por los sistemas de evaluación de los organismos de acreditación de la calidad creados por los gobiernos en diferentes países, los cuales proponen definiciones de calidad a partir del establecimiento de estándares reguladores.

En Ecuador, la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES, 2010, art 93) en cuanto al principio de calidad, lo define como la búsqueda constante y sistemática de la excelencia, la pertinencia, producción óptima, transmisión del conocimiento y desarrollo del pensamiento mediante la autocrítica, la crítica externa y el mejoramiento permanente.

Tomando como referente las Normas Internacionales de la familia ISO 9000 acerca del sistema de gestión de la calidad en una organización, en ellas se establecen los requisitos que deben cumplir las organizaciones en su sistema de gestión de calidad y su objetivo fundamental es gestionar los procesos y actividades de una organización mediante la mejora continua y el logro de la satisfacción del cliente. Dentro de los puntos de aplicación de la norma ISO 9001:2008 sistemas de gestión de la calidad, se cuentan requisitos generales de documentación, responsabilidad de la dirección, planificación, responsabilidad, autoridad y comunicación, gestión de los recursos, realización del producto, procesos relacionados con el cliente, diseño y desarrollo, producción y prestación del servicio, control de los dispositivos de seguimiento, medición, análisis y mejora, seguimiento y medición, control del producto no conforme, análisis de datos y mejora continua.

En las IES no es exactamente lo mismo, pues no implica la “estandarización” de productos sino la normalización de procesos, pero los beneficios que aporta a las instituciones educativas un sistema de gestión de la calidad son, entre otros, “una mejor administración de los procesos sustantivos; un mejor control de las áreas clave, una medición de un proceso de mejora; un mayor involucramiento del personal en sus actividades diarias”.

No es objetivo de este artículo la implementación de un sistema de gestión de calidad, pero si considera valioso la autora de la investigación tener en cuenta los aportes que brinda esta norma a la mejora continua de los procesos en las Instituciones de Educación Superior.

En la Universidad, la gestión de la calidad debe ser una tarea permanente que comprenda todos los ámbitos del quehacer universitario donde el fomento de una cultura institucional posibilite flexibilidad al cambio e implique un alto desempeño de sus docentes, estudiantes y colaboradores administrativos para el logro de la misión y visión de la entidad.

La auditoría interna para la acreditación en la Universidad.

Hacia el interior de las instituciones es factible realizar monitoreos a los procesos que en ella intervienen. De esta forma se podrá determinar el cumplimiento de sus requisitos o indicadores. Norma ISO 9000, (2005).

El auditor interno captura información, analiza procesos, evalúa acciones, deriva conclusiones e informa a los que deben corregir los fallos y tomar decisiones, lo que incluye sus recomendaciones al respecto.

En la mejora continua de la calidad, el auditor interno puede desempeñar un papel muy significativo en la medida que sus aportes sean acertados y que la alta dirección esté en disposición de tomarlos en cuenta.

La acreditación institucional es un proceso que certifica el cumplimiento del proyecto de una institución y la existencia, aplicación y resultados de mecanismos eficaces de autorregulación y de aseguramiento de la calidad. Tiene como propósito consolidar una cultura de la evaluación y control, incorporando buenas prácticas en la gestión institucional y la docencia.

Proceso de Evaluación Institucional tomando como referencia la Norma ISO 9001:2008.

Se considera un proceso al conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados (Norma ISO 9000, 2005).

Una organización que se gestiona por procesos pone en marcha la concatenación de sus actividades, que además de aportar valor, contribuyen al cumplimiento de sus requisitos (Alonso, Barcos y Martín (2006b).

Aunque cada proceso tiene sus funciones y responsabilidades, las actividades se interrelacionan y cuentan con la capacidad para la flexibilidad, para adaptarse al medio, anticiparse al cambio y facilitar la mejora continua.

Según la LOES, (2010, art 95), el proceso de acreditación es una validación de vigencia quinquenal realizada por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, para certificar la calidad de las instituciones de educación superior, de una carrera o programa educativo, sobre la base de una evaluación previa.

Es el producto de una evaluación rigurosa sobre el cumplimiento de lineamientos, estándares y criterios de calidad de nivel internacional, a las carreras, programas, postgrados e instituciones, obligatoria e independiente, que definirá el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior. Organizado en seis procesos: organización, academia, investigación como procesos claves o sustantivos, y otros procesos de apoyo como: organización, infraestructura y estudiantes.

Cada indicador presenta particularidades descritas en el siguiente orden: Tipo de indicador, Periodo de evaluación, Forma de cálculo (indicadores cuantitativos), Estándar, Descripción, Evidencias.

Una vez realizada la acreditación, las IES reciben su calificación y proceden a la presentación del plan de mejoras en base a las variables obtenidas de baja puntuación, según lo establecido en instructivo. (Plan de Mejoras, art 3)

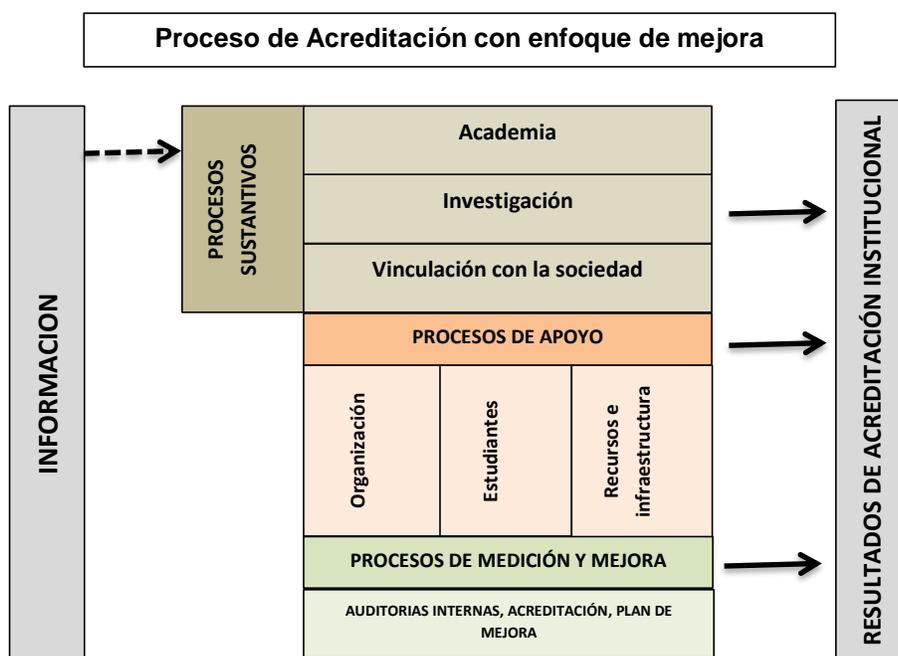


Figura 1. Proceso de acreditación con enfoque de mejora.
Fuente. *Elaboración propia*

CONCLUSIONES

- ✓ La Cultura organizacional implica tanto el aprendizaje permanente de la organización, el seguimiento de una filosofía de gestión y la participación activa de todas las personas.
- ✓ La mejora continua en las instituciones de educación superior constituyen no solo un reto, sino su compromiso con la actual y futura sociedad.
- ✓ La aplicación de auditorías internas en las IES posibilitarían prevenir incumplimientos de los indicadores propuestos en la acreditación.
- ✓ La acreditación se considera hoy uno de los mecanismos más adecuados de evaluación y control social que garantiza la calidad universitaria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ✓ Adler, R.B., y Marquardt, J. (2005). Comunicación organizacional. Principios y prácticas para negocios y profesiones. 8ª edición. México DF: Mc Graw Hill.
- ✓ Alonso, M, A, Barcos, L, R, Martín, JI, C (2006). Gestión de la Calidad de los procesos turísticos.
- ✓ Ceaaces (2010). Suspendida por falta de Calidad. Recuperado en: <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2013/10/CIERRE-DE-UNIVERSIDADES-placas-ok.pdf>
- ✓ Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (2016). Modelo de Evaluación. Recuperado de: <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2016/06/Modelo-de-evaluacio%CC%81n-institucional-2016.pdf>
- ✓ Ley Orgánica de Educación Superior (2010). Registro Oficial. Órgano del Gobierno del Ecuador.
- ✓ Modelo de Evaluación Institucional de Universidades y Escuelas Politécnicas (2015)
- ✓ Norma ISO 9000:2005. Sistema de Gestión de la Calidad. Fundamentos y Vocabulario. Recuperado de: http://www.umc.edu.ve/pdf/calidad/normasISO/Norma_ISO_9000_2005.pdf
- ✓ Norma ISO 9001:2008. Sistema de Gestión de la Calidad. Requisitos. Recuperado de: <https://www.mct.es/sites/default/files/archivos/ISO-9001.pdf>
- ✓ Norma ISO 19011:2011. Directrices para la auditoría de Sistemas de Gestión. Recuperado de: http://www.umc.edu.ve/pdf/calidad/normasISO/Norma_ISO_19011-2011_Espanol.pdf
- ✓ Schein. Edgar H. (1988). La Cultura Empresarial y Liderazgo. Barcelona. Edita Plaza & Janes. Recuperado de: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=2093739&pid=S1315-9984200600010000500017&lng=es
- ✓ Schein, E, H. (1991). Psicología de la Organización: México. Editorial Prentice Hall.

006. IMPLEMENTACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR.

Autores:

Eco. Karina Verónica Chávez Garcés, MTE.

kchavez@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica ECOTEC

Ecuador

Dra. Olga María Sánchez Mantilla, MTE.

osanchez@uagraria.edu.ec

Universidad Agraria del Ecuador

Ecuador

RESUMEN

La utilización de las tecnologías de la comunicación y la información ha dejado de ser lo novedoso para convertirse en lo cotidiano. Su uso ha dejado de ser exclusivo de un grupo. El presente artículo pretende demostrar las ventajas y desventajas del uso de las herramientas tecnológicas y como han influenciado al ser humano no solo como individuo y en colectivo, sino también en lo psicológico, económico, social y laboral. Su utilización en la educación superior promueve la actualización en los programas curriculares procurando el desarrollo de destrezas y habilidades en el proceso de enseñanza-aprendizaje en conformidad con los fines de la Ley Orgánica de Educación superior. A partir de los hallazgos se ha podido evidenciar que existen acciones que han favorecido su uso y asimismo que existen impedimentos logísticos y académicos (capacitación) para lograr los resultados deseados.

PALABRAS CLAVES

Proceso de Enseñanza-Aprendizaje, Recurso Tecnológico, Implementación, TIC

INTRODUCCIÓN

La educación está experimentando cambios inminentes debido a la revolución tecnológica lo cual demanda modificaciones en el ámbito social, político, económico y educativo. Por lo tanto, los gobiernos de América Latina han demostrado su interés en sus nuevas propuestas curriculares donde los recursos tecnológicos se han convertido en las herramientas que facilitan el aprendizaje unido de apropiadas prácticas pedagógicas. Las que contribuyen a promover el desarrollo de destrezas y

competencias mínimas establecidas en el currículo, además de favorecer la construcción del conocimiento de los estudiantes.

Dentro de esta nueva sociedad, los espacios educativos se encuentran en constante transformación, y estos escenarios requieren de una reflexión consciente hacia el uso e incorporación de las tecnologías, es así que los contextos educativos actuales deberán apostar por una integración crítica, en la cual se defina el qué, por qué y para qué de su incorporación y aprovechamiento (Cabero, 2007).

Considerando esto los docentes deben preocuparse por ejecutar modificaciones en sus estrategias metodológicas y recursos que utilizan en los salones de clase para dinamizar el proceso de enseñanza – aprendizaje valiéndose de estos innovadores recursos tecnológicos existentes y disponibles para todos; ya que, “tanto el docente como todos los actores involucrados requieren de formación y perfeccionamiento” (Cabero, 2007, p.5).

Ante todo lo expuesto el presente estudio pretende establecer las ventajas y desventajas del uso de las tecnologías de la información y la comunicación en la educación universitaria acorde al marco de los fines de la Ley Orgánica de la Educación Superior (LOES), brindando nuevas alternativas de aprendizaje.

De la misma manera promueve en el maestro la utilización de diversos métodos y prácticas pedagógicas enriqueciendo el desempeño del estudiante, respecto de sus habilidades, destrezas y competencias en los programas curriculares del Ecuador.

Para ello se realizó un análisis documental de: textos, artículos de revistas científicas, periódicos, páginas web que sirvieron de base para detallar los pro y los contra del uso de las TIC de lo que se obtuvo información relevante para llevar a cabo un estudio preliminar de futuras investigaciones que prevén un acercamiento directo entre docentes y estudiantes en la implementación de los recursos tecnológicos existentes. Esta es una investigación de tipo descriptivo-explicativo de corte transversal.

Este documento se estructura en 4 partes. La primera hace una revisión de los conceptos relacionados al uso de las TIC dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje universitario. La segunda relaciona los fines de la (LOES) con la implementación de los recursos tecnológicos en los salones de clase. La tercera establece las ventajas y desventajas de la implementación de las TIC en la educación universitaria. Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones.

Implementación de las TIC en el proceso de enseñanza – aprendizaje

La educación actual ha tenido grandes innovaciones debido a la aparición de la tecnología que es cada vez más habitual en la vida diaria, en la educación, en el mundo laboral y en otros sectores. Algunas instituciones educativas aún se rezagan en reconocer estas oportunidades o en luchar contra los desafíos en la implementación de las TIC (Swapna, K. y Tammelin, M. 2008).

Estos cambios han influido en todos los aspectos del ser humano, como el social, laboral, individual, colectivo, educativo, psicológico, entre otros ya que es él quien promueve dichos cambios con el fin de mejorar su entorno y el de las generaciones venideras.

Por ende surgen nuevos modelos de prestación de servicios educativos caracterizados por ocuparse menos de la enseñanza y más del aprendizaje (por ej., a través de iniciativas autodidactas y el uso de habilidades individuales de búsqueda de información). La educación se ve cada vez menos limitada por la ubicación geográfica del alumno o menos dependiente del espacio físico (IEU, 2009).

La educación ha tenido que revisar y analizar sus currículos con el fin de hacer cambios de fondo y forma para incluir dentro de su pensum a las TIC que son recursos donde impera la comunicación en unión con la tecnología. Esto ha producido cambios en la manera de enseñar y de aprender puesto que tanto maestros como estudiantes deben rever su accionar y modificarlo para que vaya acorde a los actuales lineamientos de la educación de esta nueva sociedad del conocimiento.

Gandol, F., Carrillo, E. y Prats, M.A (2012, p. 172) mencionando a Díaz (2007) sostiene que “el uso de las TIC no garantiza por sí mismo ni la innovación ni la calidad educativa, como tampoco la inclusión o la equidad social.” Por ello la calidad debe ser garantizada por el establecimiento educativo con su cuerpo docente puesto que ellos son los que deben manejar óptimamente los nuevos recursos tecnológicos y obtener de estas los aspectos más beneficiosos para el proceso de enseñanza – aprendizaje y preocuparse por ofrecer una educación de calidad al grupo de estudiantes con el que le toque trabajar.

Gracias a las TIC se puede acceder a una información diversa y rica, pero en *Internet* sólo se obtiene eso, información; que puede (o no) ser convertida en conocimiento por el receptor, en función de diversos factores (los conocimientos previos del sujeto, la adecuación de la información, su estructuración, etc.) (Pauu, 2009). Y es gracias a este proceso realizado por los docentes que los estudiantes se enriquecen y benefician su proceso de enseñanza - aprendizaje.

La evolución del proceso de aprendizaje ha dado lugar a diferentes enfoques o tendencias que hemos conocido como enseñanza audiovisual, enseñanza programada,

tecnología instruccional, diseño curricular o tecnología crítica de la enseñanza. Y dentro de esos enfoques está la tecnología educativa que es aquella que se usa para educar y se usa cuando se quiere educar a la gente de una manera innovadora (Pauu, 2009).

En vista de los avances de la Tecnología, la educación se ha visto en la necesidad de crear una Tecnología Educativa (TE) que se la puede considerar como una disciplina integradora y viva, que ha evolucionado en la búsqueda de responder al contexto educativo por donde este ha transitado. Es el resultado de las aplicaciones de diferentes concepciones y teorías educativas para la resolución de un amplio espectro de problemas y situaciones referidos a la enseñanza – aprendizaje (Pauu, 2009).

La tarea del docente es primordial en cuanto a aplicación de las correctas metodologías, estrategias y técnicas que le permitan llegar al discente promoviendo que éste sea un ente interactivo, curioso, indagador, crítico, ávido de conocimientos y constructor de su propio proceso de aprendizaje. Dichos cambios le ofrecen al docente datos que le permiten utilizar de mejor manera los recursos tecnológicos obteniendo de ellos los resultados deseados que se enmarquen dentro de los fines para los cuales fueron introducidos en la comunidad educativa.

Otro propósito es dar a conocer una nueva forma de aprender a los estudiantes, donde prime la activación de sus conocimientos previos, la participación activa, el aprendizaje significativo, el trabajo colaborativo, con el fin que se conviertan en un ente social que promueva la investigación científica y el trabajo autónomo y/o colaborativo que le permitan obtener mejores resultados en su proceso educativo para avanzar de manera segura, eficiente y firme en su carrera estudiantil.

Cabero (2007) menciona que las tecnologías deben visualizarse como medio y recurso didáctico, que deben ser movilizados por el profesor cuando puedan resolver un problema comunicativo o ayuden a crear un entorno diferente y propicio para el aprendizaje, más no como la panacea que resolverá las problemáticas dentro del ámbito educativo, ya que miradas de esta forma se las sobredimensiona.

Como sostiene Pauu (2009) la cuestión a destacar es el valor educacional real de las TIC, no sólo su uso potencial como otra herramienta más en el medio educativo sino desarrollar métodos que las utilicen como una ayuda pedagógica en la enseñanza de todos los estudiantes. Las TIC representan una serie de posibilidades dentro de la universidad, tanto para los dicentes, docentes como para los demás integrantes de la misma; pero es necesario que cada uno sea consciente de la existencia de esas posibilidades y de cómo explotarlas eficientemente ofreciendo mejoras para la educación.

Cabero (2007) expone que para poder lograr el uso crítico de las tecnologías y poder reconfigurar estos nuevos escenarios educativos, tanto el docente como todos los actores involucrados en estos procesos, requieren de formación y perfeccionamiento,

en donde las tecnologías sean un medio más, no el fin último, generando metodologías diversas, transformando las estructuras organizativas y generando dinámicas de motivación, el cambio hacia un uso crítico, didáctico y pedagógico de las mismas.

Los maestros deben ser apoyados en el desarrollo de plataformas que les permitan compartir sus opiniones, sus experiencias y sus materiales didácticos con otros docentes. Los encuentros presenciales y los intercambios virtuales son igualmente importantes para motivar a los docentes y para mejorar la calidad de los materiales locales (IICD, 2007).

Por todo lo anterior es conveniente integrar la nueva cultura: alfabetización digital al proceso educativo diario, preparar materiales didácticos basados en las numerosas fuentes de información disponibles en la *web*. Si se quiere que la sociedad no sólo sea de la información, sino también del conocimiento, es necesario trabajar desde un enfoque pedagógico haciendo uso adecuado de las TIC, creando verdaderas comunidades de aprendizaje virtuales y con un apropiado manejo de la información, generando nuevas estrategias de comunicación y de aprendizaje.

Existen varios instrumentos electrónicos que están comprendidos dentro de lo que se conoce como TIC, la televisión, el video, el ordenador o computador, pero este último es el más representativo ya que permite diversas aplicaciones informáticas y además están las redes de comunicación, y concretamente el *Internet*.

Internet es denominada por Belloch (s/f) como red de redes, red global o red mundial. Es un sistema mundial de comunicaciones que permite acceder a información disponible en cualquier servidor, así como interconectar y comunicar a personas alejadas temporal o físicamente. Es una red a la que podemos acceder en forma rápida y eficaz, también es dinámica y cambiante puesto que la información que allí se encuentra se actualiza con frecuencia, por ello se requiere que se registre la fecha de la última actualización, y conviene ser precavido al consultarla ya que podemos encontrar información sesgada o seudoinformación.

Internet suministra un acceso fácil y rápido para el uso de materiales reales y actuales en la lengua estudiada, lo que es motivador para el estudiante. Dichos materiales auténticos incluyen, por ejemplo, periódicos en línea, *webcasts*, *podcasts* o incluso videos que comparten sitios web como *YouTube* (Swapna, K. y Tammelin, M. 2008).

La *web 2.0*, también denominada *web social* propone un nuevo modelo de aprendizaje que pone el acento en la participación activa e interactividad por parte del sujeto con respecto al soporte informático, y de este modo, el discente no sólo lee la información, sino que es productor activo y reflexivo del contenido durante la lectura, produciéndose la transformación de la información en conocimiento. Y ésta es la particularidad tan importante que añade la nueva filosofía de la *web 2.0*, que es facilitar la aplicación del

modelo constructivista en los procesos de enseñanza - aprendizaje, y a su vez, el desarrollo del aprendizaje autónomo por parte del discente (Moreno, 2011).

Las nuevas generaciones han desarrollado nuevas destrezas y habilidades para construir su propio conocimiento a través de las TIC, de un modo tan eficaz como haciendo uso de otros soportes tradicionales. Son ávidos lectores y productores dinámicos y activos de información a través de otros medios (redes sociales, blog, wikis, foros, webs de diversas temáticas, etc.) (Moreno, 2011).

Como sostienen Sáez, J. y Jiménez, P. (2011) el hecho de utilizar las tecnologías puede ser útil para que el docente se familiarice con su utilización, con una reflexión en la práctica y mejora constante, pero no implica innovar automáticamente, pues para una innovación real es necesario la aplicación de un enfoque constructivista, propiciar aprendizaje significativo, posibilitar el aprendizaje por descubrimiento y experimentar con enfoques colaborativos. Por tanto el aprendizaje, es un proceso de reconstrucción de significados que cada individuo realiza en función de su experiencia en una situación dada, por lo que la tecnología es un elemento mediador, el verdadero protagonista es el ser humano (Sáez, J. y Jiménez, P. 2011).

Fines relacionados con la implementación tecnológica en el proceso de enseñanza aprendizaje en la universidad: Ley Orgánica de la Educación Superior (LOES)

La LOES en su afán de fomentar una educación integral y completa promueve la utilización de las TIC en el desarrollo de destrezas y habilidades de los educandos así como también de los docentes en pos del crecimiento del país en el ámbito tecnológico-educativo, y al mismo tiempo que brinde las facilidades y oportunidades a todos los grupos de la sociedad ecuatoriana.

Por ello, el Art. 350 de la Constitución de la República del Ecuador señala:

Que 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;

Asimismo dentro de la normativa se presentan los fines de la Educación Superior, donde en el Art. 5 de los derechos de las y los estudiantes, literal c). indica:

c) Contar y acceder a los medios y recursos adecuados para su formación superior; garantizados por la Constitución;

El Art. 6 de los derechos de los profesores y profesoras e investigadores e investigadoras, literal b) señala:

b) Contar con las condiciones necesarias para el ejercicio de su actividad;

Y el Art. 8: Serán fines de la educación superior, literal a) reza:

a) Aportar al desarrollo del pensamiento universal, al despliegue de la producción científica y a la promoción de las transferencias e innovaciones tecnológicas;

Actualmente el proceso de enseñanza – aprendizaje es interactivo, hay intercambio entre los estudiantes y con el docente, el discente es un ente activo que también proporciona información en las clases, es participativo por excelencia, y se preocupa por investigar más ya que, encuentra motivación en la utilización de recursos tecnológicos lo cual promueve el trabajo colaborativo aprendiendo de los demás. Asimismo, se torna crítico y reflexivo por el entorno cambiante en el que se desenvuelve; a su vez los docentes debemos preocuparnos por formar un hombre nuevo con expectativas, ideas, pensamientos y metas de alto alcance basados en el progreso y adquisición del conocimiento.

Los maestros de esta era deben preocuparse por ser más efectivos al momento de apropiarse de la tecnología que les rodea, deben realizar una inclusión apropiada de las TIC en el proceso de aprendizaje y descubrir diversas maneras en las que puedan beneficiarse de las herramientas tecnológicas que existen a su disposición. Tales como: Blogs, La pizarra digital, simuladores educativos, entre otros. Dichas herramientas pueden perfeccionar el proceso de enseñanza y aprendizaje reformando los sistemas convencionales de atención educativa, fortaleciendo la calidad de los logros de aprendizaje, facilitando la adquisición de competencias de última generación, promoviendo el aprendizaje a lo largo de la vida y mejorando la gestión institucional (IEU, 2009).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) promueve la utilización de las TIC ya que las mismas contribuyen a facilitar el “acceso universal, a la educación, la igualdad en la instrucción, el ejercicio de la enseñanza y el aprendizaje de calidad y el desarrollo profesional de los docentes así como a la gestión, dirección y administración más eficientes del sistema educativo” (UNESCO, 2016).

Por lo expuesto, la utilización de las herramientas tecnológicas en la educación superior es promovido no solo por los teóricos expertos en el tema sino como se señaló al inicio de este estudio es también de interés gubernamental. Con este respaldo se espera lograr con y a través de todos los involucrados el desarrollo de competencias,

habilidades y destrezas mediante la utilización de las TIC en el proceso de enseñanza-aprendizaje en la educación superior.

Ventajas y Desventajas del uso de recursos tecnológicos dentro de la educación.

El uso de las TIC en el proceso educativo amplía el acceso a mejores oportunidades de aprendizaje para todos los discentes, mejora los logros de aprendizaje y la calidad de la educación incorporando métodos avanzados de enseñanza de gran calidad y flexibles, asimismo, impulsa la reforma de los sistemas educativos vigentes.

Las TIC en educación permiten el desarrollo de competencias en el procesamiento y manejo de la información, el uso de hardware y software desde diversas áreas del conocimiento. Por ello como sostiene Salas (2005) es indispensable identificar intereses, necesidades y expectativas del profesorado para el diseño de planes integrales de incorporación de las TIC en la docencia.

Mientras que Cabero (2007) comenta que las posibilidades que las TIC pueden aportar a la formación y a la educación han sido tratadas en diferentes estudios (Cabero, 2001 y 2007; Martínez y Prendes, 2004; Martínez, 2006; Sanmamed, 2007), y de ellos podemos señalar como las ventajas más significativas las siguientes:

- Ampliación de la oferta informativa
 - Creación de entornos más flexibles y una variedad de experiencias para el aprendizaje
 - Eliminación de las barreras espacio-temporales entre el profesor y los estudiantes
- Incremento de las modalidades comunicativas
 - Potenciación de los escenarios y entornos interactivos, generando nuevos escenarios formativos donde se multipliquen los entornos y las oportunidades de aprendizaje.
 - Favorecer el aprendizaje independiente y el autoaprendizaje, el colaborativo y grupal
- Medio lúdico para el desarrollo cognitivo
 - Ofrecer nuevas posibilidades para la orientación y la tutorización de los estudiantes
 - Crear redes y comunidades virtuales.

- Facilitar una formación docente permanente con más recursos para el tratamiento de la diversidad y mayores facilidades para el seguimiento y evaluación.
- Diseño de materiales que movilicen diferentes sistemas simbólicos, y creación de herramientas adaptativas/inteligentes que vayan funcionando con base en las respuestas, navegaciones e interacciones, que el sujeto establezca con el programa o con el material y de alto potencial didáctico

Lo importante es aprender a discernir entre lo que es información y conocimiento, porque se podría confundir el hecho de tener mayor acceso a la información con el conocimiento adquirido a través de la misma; como Cabero señala (2007) tener más información no significa la generación o adquisición de conocimiento significativo, para ello hay un proceso de acción formativa, con una estructuración y organización, sumado a la participación activa y constructiva del sujeto.

Es así, que el problema de la educación no será la localización y búsqueda de información, sino una apropiada selección, interpretación y evaluación; ya que la información va a estar deslocalizada del individuo y de su contexto inmediato cercano, y el poder será saber buscar, evaluar y usar la información. Y el papel del profesor será clave para que el alumno adquiera las competencias para realizar estas operaciones cognitivas, ofreciendo nuevas formas de acceder, generar, transmitir conocimientos e información abriendo puertas para que el estudiante pueda flexibilizar, transformar, cambiar, extender, o buscar nuevas perspectivas en una serie de variables y dimensiones del proceso educativo (Cabero, 2007).

Una de las grandes características de las TIC radica en su capacidad para ofrecer una presentación multimedia, donde utilizemos una diversidad de símbolos, tanto de forma individual como conjunta para la elaboración de los mensajes: imágenes estáticas, en movimiento o tridimensionales y sonidos; es decir, ofrecen la posibilidad, la flexibilización.

Cabero (2007) también menciona las siguientes desventajas o limitaciones:

- Acceso ilimitado a diversos recursos en ocasiones no adecuados para el estudiante hace que desvíe su atención hacia la diversión o juego
- Necesidad de una infraestructura administrativa específica
- Se requiere contar con personal técnico de apoyo
- Costo para la adquisición de equipos con calidades necesarias para desarrollar una propuesta formativa rápida y adecuada
- Necesidad de cierta formación para poder interaccionar en un entorno telemático y necesidad de adaptarse a nuevos métodos de aprendizaje (su

utilización requiere que el estudiante y el profesor sepan trabajar con otros métodos diferentes a los usados tradicionalmente)

- La utilización de las nuevas tecnologías expone a los virus informáticos, con el riesgo de perder datos almacenados. La protección de discos y el coste (en tiempo y dinero) implica un costo
- Problemas de derechos de autor, seguridad y autenticación en la valoración, ya que cierta información que podemos encontrar en el *web* no es muy fiable, produciendo aprendizajes incompletos o superficiales
- El ancho de banda que generalmente se posee no permite realizar una verdadera comunicación audiovisual y multimedia
- Muchos de los entornos son demasiado estáticos y simplemente consisten en ficheros en formato texto o pdf
- Si los materiales no se diseñan de forma específica se puede tender a la creación de una formación memorística
- Puede provocar adicción a determinados programas como pueden ser chats, o videojuegos ocasionando trastornos al desarrollo personal y social del individuo debido a esta seria adicción

Una limitación clara es el no tener acceso a internet puesto que va a limitar el uso de toda aquella información disponible en la *web*. Este impedimento perjudicaría a los estudiantes que debido a razones de diversa índole no podrán tener acceso creando discriminación de las personas sea por sus recursos económicos limitados, o por la zona donde vivan.

Por ello comenta Pascual (2010) el hecho de que actualmente en nuestra comunidad autónoma son muy pocos los centros públicos que disponen herramientas digitales en salones de clase. Esta situación puede dar paso a la creación de una brecha digital, es decir, la separación de los pueblos por la falta de fácil acceso a las nuevas tecnologías.

Como sostienen Gandol, F., Carrillo, E., & Prats, M. (2012) la falta de una formación adecuada constituye una gran limitación para el uso efectivo de las herramientas tecnológicas, por lo que se debe destacar la necesidad de planificar modelos de formación que capaciten a los docentes tanto en los aspectos digitales como en los pedagógico-didácticos, de esta manera los posibles elementos disruptivos de la tecnología se minimizarían.

Es conveniente enfatizar que el valor verdadero de la información que podemos usar por medio de las TIC no es de ellas por sí solas sino dependiendo de la capacidad de poder relacionarlas con las variables curriculares como los contenidos, objetivos educacionales, estrategias didácticas e indicadores de evaluación (Gandol, *et al*, 2012).

En esto la intervención del docente es crucial puesto que, es quien establece la conexión entre las TIC y los contenidos curriculares.

CONCLUSIONES

Después de este análisis se puede determinar que la presencia de las TIC en el proceso de enseñanza - aprendizaje en la educación superior es un recurso novedoso, motivador y útil pero para que este proceso sea óptimo los docentes deberán hacer uso de la creatividad, planificación, integración de pedagogías innovadoras y metodologías escogidas ya que las herramientas tecnológicas no hacen el trabajo por sí solas, el papel estelar lo tienen los docentes. Por ello se requiere que los docentes reciban la capacitación necesaria para el desarrollo y manejo de estas herramientas ofreciendo actividades de aprendizaje significativo relacionadas al currículo.

El uso de las TIC para la educación superior es un factor potencializador que promueve la adquisición de ciertas habilidades y destrezas en los discentes, quienes deben discernir entre la obtención de la simple información y el conocimiento adquirido a través del uso de las mismas por medio de la guía del maestro para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje. De esta forma el docente se convierte en investigador por excelencia, conocedor de las herramientas tecnológicas que tiene a su disposición para explotarlas eficientemente obteniendo de ellas el mayor provecho posible acorde a las necesidades y expectativas de su grupo de educandos. Todos los involucrados deben irse perfeccionando en el uso de las TIC.

El gobierno del Ecuador no ha dejado de lado el desarrollo de la educación en todas sus áreas, la social, la económica y la tecnológica. Por ello hace hincapié en sus leyes y reglamentos, en que la educación superior debe ser para todos y además de contar con la calidad académica esté a la vanguardia de los múltiples cambios tecnológicos que se dan en el entorno global, para lograr en los futuros profesionales ecuatorianos un proceso de enseñanza-aprendizaje sustentable en el tiempo.

Entre las ventajas encontradas se menciona el desarrollo de competencias técnicas y tecnológicas tanto de docentes como de estudiantes, lo que permite a su vez que haya una relación más estrecha entre ambos. Los nuevos entornos virtuales e interactivos, las inexistentes barreras de tiempo y espacio, la promoción del trabajo independiente y autocrítico son varias de las ventajas encontradas a lo largo de este estudio. Sin embargo, existen ciertas limitaciones, como el acceso a los recursos, la falta de infraestructura especializada, personal técnico de apoyo, la capacitación asertiva, la adaptación al cambio, actitud deshonestas al momento de extraer información de la *web*, mal diseño de materiales, entre otros podrían ocasionar brechas digitales.

La utilización de las TIC en la educación superior como herramienta de enseñanza-aprendizaje en pos de la adquisición significativa del conocimiento tiene más pro que contras, por lo que este estudio sugiere su utilización e implementación en la educación superior, acompañada de la capacitación docente y el fácil acceso de todos los participantes a los recursos tecnológicos, de esta forma se fomenta el trabajo colaborativo y conjunto del estado, de las instituciones universitarias, docentes, personal administrativo y estudiantes con miras a obtener los beneficios y resultados de una nueva era del conocimiento.

REFERENCIAS

Belloch, Consuelo (s/f). *Recursos tecnológicos*. Universidad de Valencia. Innova Mide. España. Recuperado Febrero 28, 2013 desde <http://www.uv.es/bellochc/logopedia/NRTLogo1.pdf>

Cabero, J. (2007). *Las necesidades de las TIC en el ámbito educativo: oportunidades, riesgos y necesidades*. Tecnología y Comunicación Educativas, Año 21, no.45, pp. 4-19. Recuperado Septiembre, 26, 2012 desde <http://investigacion.ilce.edu.mx/tyce/45/articulo1.pdf>

Cabero, J. (2007). *Las necesidades de las TIC en el ámbito educativo: riesgos y oportunidades*. Tecnología y Comunicación Educativas, Año 21, no.45, pp. 4-19. Recuperado Septiembre, 29, 2012 desde <http://tecnologiaedu.us.es/cuestionario/bibliovir/jca27.pdf>

Gandol, F., Carrillo, E., & Prats, M. (2012). *Potencialidades y Limitaciones de la Pizarra Digital Interactiva*. Una revisión crítica de la literatura. Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación no. 40, pp. 171-183. Recuperado Septiembre, 26, 2012 desde <http://acdc.sav.us.es/pixelbit/images/stories/p40/13.pdf>

Instituto de Estadística de la UNESCO. (2009). *Medición de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en Educación – Manual del usuario*. Canadá. Recuperado Septiembre, 25, 2012 desde http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/ICTguide09_es.pdf

Instituto Internacional para la Comunicación y el Desarrollo (IICD). (2007). *Las TIC para el sector educativo*. Bolivia. Recuperado Septiembre, 30, 2012 desde <http://www.iicd.org/files/Education-impactstudy-Spanish.pdf>

Moreno, N. (2011). *Las Tics como herramientas para el desarrollo del aprendizaje autónomo del español como segunda lengua (L2) en las A.T.A.L.* Recuperado Noviembre, 9, 2012 desde <http://www.cite2011.com/Comunicaciones/TIC/105.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO. (2016). *Las tecnologías de la información y la comunicación* recuperado el 6 de Agosto de 2016 de <http://www.unesco.org/new/es/unesco/themes/icts/>

Pascual, C. (2010). La pizarra digital interactiva como recurso educativo en la Educación Infantil. Aula del Pedagogo. Publicación electrónica sobre el mundo de la enseñanza no. 2. Pp. 21-26. Recuperado Octubre 2, 2012 desde <http://www.auladelpedagogo.com/wp-content/pdf/02.pdf>

Pauu, M. (2009). Viviendo el Futuro en el Aula: Las Tecnologías de la Información y Comunicación en los Procesos de Aprendizaje en la Escuela Primaria o Básica. San José, Costa Rica. Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana. Recuperado Septiembre, 30, 2012 desde <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan040458.pdf>

Sáez, J. M. y Jiménez, P.A. (2011). "La aplicación de la pizarra digital interactiva:Un caso en la escuela rural en primaria." ENSAYOS, Revista de la Facultad de Educación de Albacete, Nº 26, pp.116. Recuperado Septiembre, 26, 2012 desde <http://www.uclm.es/ab/educacion/ensayos>

Salas, F. (2005). Hallazgos de la investigación sobre la inserción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la enseñanza: La experiencias de los últimos 10 años en los Estados Unidos. Revista Educación año/vol. 29, no 002. Universidad de Costa Rica, Costa Rica pp. 53-66. Recuperado Noviembre, 9, 2012 desde <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/440/44029204.pdf>

Swapna, K. y Tammelin, M. (2008). Integrar las TICs en la enseñanza/aprendizaje de Segundas Lenguas. Johannes Kepler Universität Linz, Office and more, Goenitzer Ges. m. b. H., Alserstrabe 19, 1080 Wien Recuperado, Noviembre 9, 2012 desde <http://webh01.ua.ac.be/odlac/guides/4c-GUIDES-INSTITUTIONS-ES.pdf>

007. EL ESTUDIO DE PERTINENCIA INCIDE EN LA ACREDITACIÓN DE LAS CARRERAS ADMINISTRATIVAS EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR. CASO UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.

Autores:

Ing. Sofía Lovato Torres, MAE

Docente Titular Auxiliar

sofia.lovatot@ug.edu.ec

Universidad de Guayaquil-Ecuador

Lcda. Maria Fernanda Villegas, MSc.

Docente Titular Auxiliar maria.villegasva@ug.edu.ec

Universidad de Guayaquil-Ecuador

Econ. Diana Villavicencio Chancay, MSc.

Docente Titular Auxiliar diana.villavicencioc@ug.edu.ec

Universidad de Guayaquil-Ecuador

Ing. Nuria Zambrano Camacho, MAE

Docente Titular Auxiliar nuria.zambranocam@ug.edu.ec

Universidad de Guayaquil-Ecuador

RESUMEN

La pertinencia de la oferta profesional en las Instituciones de Educación Superior en Ecuador es un pilar fundamental para el desarrollo económico del país. La Universidad de Guayaquil ha cambiado en respuesta a la demanda laboral, entorno nacional, social y global, así como también midiendo la gestión de calidad y realizando el respectivo análisis de pertinencia con la finalidad de contribuir al desarrollo social y económico.

El presente trabajo de investigación es de enfoque cualitativo y cuantitativo ya que a través del estudio de pertinencia realizado por los Gestores Académicos de cada una de las carreras de la Facultad de Ciencias Administrativas (FCA) de la Universidad, se quiso conocer como el mismo incidía en la Acreditación de las Carreras Administrativas de la Universidad de Guayaquil, al tomar como referencia las preferencias de los estudiantes de Bachillerato, la situación laboral de los graduados y egresados así como la demanda de los empleadores con respecto a los estudiantes, enmarcados en la zonas de planificación 5 y 8 del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV). Con el estudio antes mencionado se obtuvieron importantes resultados que permiten la Acreditación de las carreras de la FCA, a su vez sirven de guía para el mejoramiento de la oferta académica a través del rediseño de las Carreras Administrativas, generando una sociedad del conocimiento emprendedora y líder que integra los ejes sustantivos con una oferta profesional capaz de contribuir en los planes estratégicos del Ecuador.

Palabras claves: Estudio de pertinencia, Acreditación, Ciencias Administrativas, y Educación Superior, Universidad de Guayaquil.

INTRODUCCIÓN

Las Instituciones de Educación Superior se preocuparon en formar profesionales de acuerdo a la especialidad de los bachilleres y en especial a las necesidades que percibían en el entorno social; esto propició a que muchas facultades crearan carreras sin realizar un adecuado estudio que permita sustentar los profesionales y el perfil que requerían las organizaciones; es así que en su momento, la Facultad de Ciencias Administrativas (FCA) creó sus carreras en un contexto muy diferente al actual, en la década del setenta en nuestro país no existían los órganos de regulación de la Educación Superior, por esa razón las carreras de Ingeniería Comercial y CPA de la FCA se crearon con requisitos vigentes expedidos por las autoridades que conformaban el Consejo Superior de la Universidad de Guayaquil (UG) y con el devenir del tiempo la FCA creó carreras no tradicionales con base a la demanda del mercado empresarial.

Dentro de los criterios que se deben cumplir en el Plan de Excelencia de la Universidad de Guayaquil, se tiene el de pertinencia de la institución, por lo tanto se considera importante el acercamiento pedagógico y pertinente en la producción de currículos contextualizados que se articulen con las demandas del entorno local, regional, y nacional, y cuya aplicación coadyuve a la organización, producción y gestión del conocimiento a través de una oferta académica actualizada, con procesos de vinculación y servicio a la sociedad, prácticas pre-profesionales de acuerdo al contexto de las carreras que fortalecen la formación profesional que se enmarquen dentro de las tendencias científico-tecnológicas desarrollando una internacionalización académica y participación en redes.

1. JUSTIFICACIÓN

La educación superior debe responder a las expectativas y necesidades de la sociedad, a la planificación nacional, y al régimen de desarrollo, a la prospectiva de desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial, y a la diversidad cultural. Para ello, las instituciones de educación superior articularán su oferta docente, de investigación y actividades de vinculación con la sociedad, a la demanda académica, a las necesidades de desarrollo local, regional y nacional, a la innovación y diversificación de profesiones y grados académicos, a las tendencias del mercado ocupacional local, regional y nacional, a las tendencias demográficas locales, provinciales y regionales; a la vinculación con la estructura productiva actual y potencial de la provincia y la región, y a las políticas nacionales de ciencia y tecnología. Por tal motivo, en cumplimiento con el art.107 de la LOES, para mejorar su oferta académica y regularizar los diseños curriculares de cada una de las Carreras de la FCA, elaboran el presente estudio donde se incluye en primera instancia, un análisis sobre la demanda actual de los bachilleres en relación a la oferta académica de la Facultad, para lo cual se aplicó como herramienta una encuesta a los estudiantes de bachillerato de los 20 colegios más representativos determinados previamente en la pre-encuesta realizada a todos los estudiantes de las carreras.

Así como un análisis sobre la demanda laboral actual en relación a las carreras que ofrece esta Facultad, para lo cual se realizó una encuesta a 418 empresarios de la Zona 5 y Zona 8 con la finalidad de conocer su opinión acerca de las expectativas que tiene sobre los egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la ciudad de Guayaquil y se concluyó con un estudio para identificar las condiciones, experiencias laborales y la percepción de los egresados de esta Facultad, mediante

una encuesta a 1036 Egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas de la ciudad de Guayaquil.

En consecuencia, los Estudios de Pertinencia constituyen un factor importante al momento de analizar los procesos educativos en la educación superior por su impacto no sólo en la instrucción sino también en los cambios que influyen en la economía, sociedad y cultura de la nación, permitiendo la formación de profesionales de alta calidad académica y humana que sean base para el cambio de la matriz productiva y coadyuven a la consecución de los más importantes objetivos del país

2. Objetivos

General.

Analizar la pertinencia de las Carreras Administrativas para determinar su relación con las condiciones sociales, económicas, laborales y tecnológicas enmarcados en el PNBV y como incide en la Acreditación de las instituciones de educación superior, caso Universidad de Guayaquil.

Específicos.

- Diagnosticar los problemas, necesidades de los contextos y objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.
- Determinar la demanda actual de las Carreras relacionados con los bachilleres de los colegios seleccionados por criterio de la ciudad de Guayaquil.
- Identificar las condiciones y experiencias laborales de los egresados con relación a las competencias generales y específicas desarrolladas en los procesos de formación académica en cada una de las Carreras.
- Identificar las demandas y requerimientos de los empleadores en relación a las competencias profesionales de los egresados y graduados de las diferentes carreras de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil.
- Justificar la pertinencia de las Carreras de la FCA con base a los objetivos del PNBV.

3. Bases teóricas

3.1. Estudio de Pertinencia

La Pertinencia es un fenómeno promedio del cual se establecen las múltiples relaciones entre la universidad y el entorno de maneras diferentes, a través de diversas estructuras, tanto al interior de la misma como del entorno social. (Plata, 2003).

“La pertinencia de la educación superior, analizada se considera como función de su cometido y lugar en la sociedad, de sus funciones con relación a la enseñanza, la investigación y los servicios, así como de sus nexos con el mundo del trabajo, con el Estado y el financiamiento público, además de sus interacciones con otros niveles y formas de educación. La calidad es considerada como una noción pluridimensional, aunque se la puede definir como el ajustarse al logro de los objetivos que la institución ha fijado de antemano. Se aclara también que el concepto de calidad no se refiere exclusivamente a los productos, sino también a los procesos efectuados por el sistema, el cual funciona como un todo coherente para garantizar la pertinencia social”. (Alcantara)

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura la pertinencia de la Educación Superior debe evaluarse en función de la adecuación que la Sociedad espera, y los cambios que se generan al

contribuir a través del conocimiento a las necesidades de la Sociedad. (UNESCO, 1998)

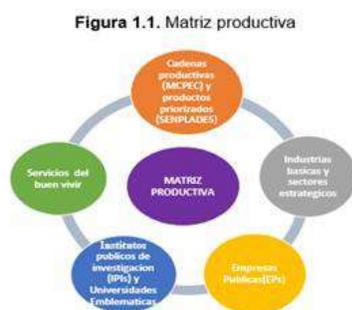
3.2. Facultad de Ciencias Administrativas.

La Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil cumpliendo los lineamientos del Plan de Excelencia busca fortalecer a la institución mediante la elaboración del presente estudio de Pertinencia desarrollado por los Gestores Académicos del Departamento de Acreditación.

Por tal motivo, en cumplimiento con el art.107 de la LOES, para mejorar su oferta académica y regularizar los diseños curriculares de cada una de las Carreras de la FCA, se tuvo responder las siguientes preguntas referentes a las Necesidades del entorno nacional.

1. ¿Cuáles son los problemas y necesidades de los contextos y objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir –PNBV que abordará la profesión?

2. ¿Cómo están vinculadas las tecnologías de punta a los aprendizajes profesionales para garantizar la respuesta a los problemas que resolverá la profesión en los sectores estratégicos y de interés público?



Fuente: Senescyt, 2012

La Facultad de Ciencias Administrativas acorde a los requerimientos de la sociedad y en función de los planes de desarrollo nacional se involucra directamente en el establecimiento de una oferta académica coherente con los planes del estado ecuatoriano y de la sociedad a la que sirve.

3.3. Acreditación

La acreditación es una validación de evidencia quinquenal realizada por el CEAACES, para certificar la calidad de las instituciones de educación superior, de una carrera o programa educativo, sobre la base de una educación previa. (CEAACES)

En base al artículo mencionado, el propósito de la Comisión de Acreditación es: Evaluar rigurosamente el cumplimiento de lineamientos, estándares y criterios de calidad a nivel nacional e internacional, a las carreras, programas, postgrados e instituciones, obligatorio e independiente, que definirá el CEAACES

El trámite para conseguir la acreditación tiene tres pasos: la evaluación interna (autoevaluación), que la hace la propia universidad y que incluye presentar un plan de mejoramiento; la evaluación externa, que comprende la revisión por parte del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES) y la acreditación, certificación que debe renovarse cada cinco años.

La calidad educativa supone el desarrollo de una cultura organizacional orientada hacia la evaluación y el mejoramiento continuo y la innovación, tanto del programa como de la institución, lo cual implica el despliegue de políticas, programas estratégicos, proyectos acciones y recursos que, integrados en planes de desarrollo, promuevan el cumplimiento de los enunciados misionales y de un ideal de excelencia con participación activa de la comunidad institucional. Por esto cobra mayor importancia que exista en cada institución una estructura, procesos y unos mecanismos que hagan seguimiento permanente a la pertinencia, eficiencia y eficacia del quehacer institucional y de los programas, en el marco de un proceso de autorregulación, cuya expresión visible ante la sociedad y el mundo académico es la acreditación temporal y su continua renovación. (Acreditación, 2013)

El requisito sine qua non para la acreditación de carreras, es la acreditación institucional de la universidad y su conjunto; es decir sólo pueden ser admitidas al proceso para la acreditación de carreras aquellas IES que hayan sido acreditadas institucionalmente. La acreditación de carreras es un proceso posterior a la acreditación institucional, que se realiza mediante convocatorias del CEAACES para evaluación de carreras con denominaciones similares. En cada convocatoria se establecerá un cronograma del proceso. Los siguientes pasos del proceso se realizarán de conformidad con el Reglamento de los Procesos de Evaluación y Acreditación expedido por el CEAACES y que figura en el portal institucional. (CEAACES, Modelo General para la Evaluación de Carreras con fines de Acreditación, 2011)

3.4 Universidad de Guayaquil

La Universidad de Guayaquil, la más poblada del país (82.000 alumnos matriculados), en el mes de agosto recibió la visita de los evaluadores externos que certifiquen el trabajo realizado para lograr la acreditación y con ello ascender a la categoría A, donde están ubicados los centros de estudios de excelencia. (Administrativas, 2016)

En las 18 facultades y en las 83 carreras que tiene este centro de estudio superior hay comisiones que trabajan en la autoevaluación. Desde el vicerrectorado académico se coordina con ellas para trabajar en el proceso de acreditación.

4. Metodología

La presente investigación es de enfoque cualitativo y cuantitativo, descriptiva, exploratoria porque se realizó encuestas para el levantamiento de la información. Es de corte transversal debido a que la investigación fue desarrollada desde diciembre 2014 hasta el 2015.

4.1. La población

Población.

La población del estudio fue:

- Para estudiantes de Bachillerato de los colegios de la ciudad de Guayaquil, la población fue de 106.345 matriculados en el período 2014- 2015, de acuerdo a las cifras indicadas por la Subsecretaría de Educación de Guayaquil.

- Para Empleadores, la población fue de 135.365 empresas en la Provincia de Guayas

- Para egresados se consideró 6000 alumnos de los últimos 5 años.

4.2. Muestra.

El tamaño de la muestra fue:

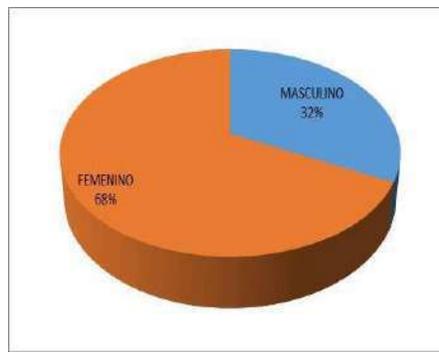
- Bachilleres: 18 colegios de los que mayormente provienen los estudiantes de la Facultad con un total de 5573 alumnos en la ciudad de Guayaquil

- Empresas: se utilizó la técnica de muestreo aleatorio a 400 empresas, aunque se logró realizar a un grupo mayor que son 418.

- Egresados: se determinó una muestra de 1036 egresados.

Análisis e interpretación de los resultados en base a los bachilleres

Figura 1.14 Género de los estudiantes de Bachillerato

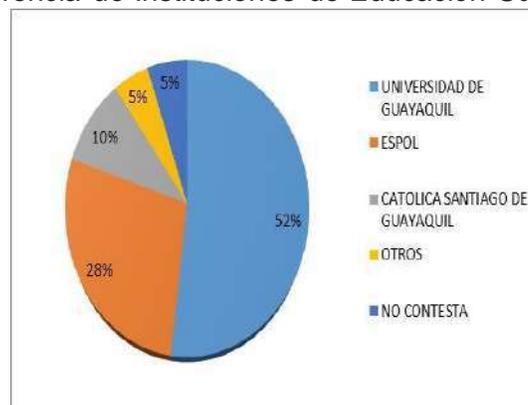


Fuente: Estudio de pertinencia de la Facultad de Ciencias Administrativas.

Se puede observar que el mayor porcentaje en cuanto a género de los encuestados corresponde al femenino, dado que este representa el 67,65% y la diferencia corresponde al 32,35%.

En el presente estudio se determinó que, de la muestra de 5573 estudiantes de los 18 colegios de segundo de bachillerato, el 67,65% corresponde al género femenino mientras que el 32,35% corresponde al género masculino.

Figura 1.18 Preferencia de Instituciones de Educación Superior



Fuente: Estudio de pertinencia de la Facultad de Ciencias Administrativas.

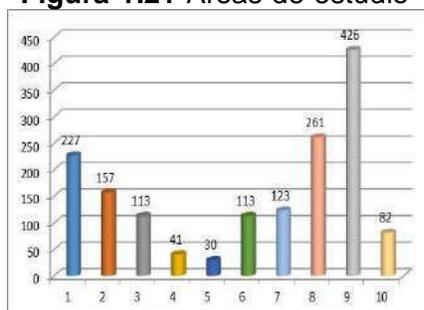
Cuando se requirió información con respecto a la preferencia de Instituciones de Educación Superior, se obtuvo los siguientes resultados previamente depurado con base a las preguntas anteriores: Las preferencias se dirigieron en un 52,07% a la Universidad de Guayaquil, siguiendo en preferencia la Escuela Superior Politécnica del Litoral con un 27,81% y en tercer lugar la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil con el 9,83% de las preferencias, mientras que un 5,46% no contestó y un 4,83% indicó que lo haría en otras Instituciones. Estos porcentajes nos informan una preferencia importante por las IES públicas de más de la mitad de la muestra.

ÁREAS DE ESTUDIO Tabla 1.23 Áreas de estudio

DE LAS SIGUIENTES ÁREAS DE ESTUDIO, CUAL USTED ELEGIRIA? OPCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
1 CIENCIAS DE LA INFORMATICA	227	14,43%
2 CIENCIAS DE LA VIDA	157	9,98%
3 CIENCIAS SOCIALES Y POLITICAS	113	7,18%
4 JURISPRUDENCIA	41	2,61%
5 CIENCIAS DE LA EDUCACION	30	1,91%
6 CIENCIAS E ING. DE LA PRODUCCION Y CONSTRUCCION	113	7,18%
7 ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO	123	7,82%
8 CIENCIAS DE LA SALUD	261	16,59%
9 CIENCIAS ECONOMICA Y ADMINISTRATIVA	426	27,08%
10 NO CONTESTA	82	5,21%
TOTAL	1573	100,00%

Fuente: Estudiantes de 2do Fuente: Estudio de pertinencia de la Facultad de Ciencias Administrativas.

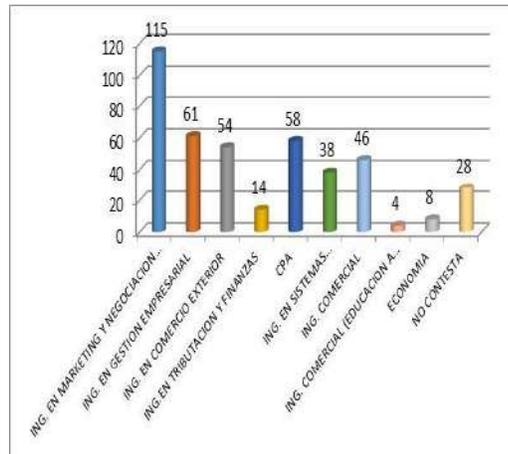
Figura 1.21 Áreas de estudio



Fuente: Estudio de pertinencia de la Facultad de Ciencias Administrativas.

La mayor preferencia en relación al área del conocimiento, representada en el 27,08% de los encuestados, se presenta por carreras afines a la administración empresarial y sector económico, lo cual ratifica la tendencia que tienen los estudiantes de estos colegios para optar por una de las carreras de la Facultad de Ciencias Administrativas, en segundo lugar con un porcentaje de 16,59% las preferencias recayeron en el área de la Salud, y en un tercer lugar con un 14,43% el área de la Informática.

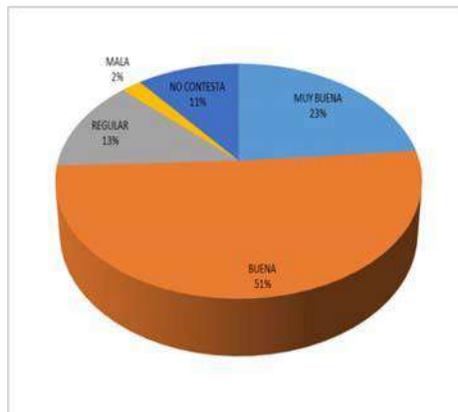
Figura 1.22 Elección de carrera de economía o administración



Fuente: Estudio de pertinencia de la Facultad de Ciencias Administrativas.

La carrera de Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial lidera con el 27,00% de los encuestados la tabla de preferencia de las carreras de Economía o Administración, seguida por las carreras de Ingeniería en Gestión empresarial y Contaduría Pública Autorizado (CPA), que tienen una preferencia del 14,32% y 13,62% de los encuestados, respectivamente. El 12,67 % muestra interés en la carrera de Ingeniería en Comercio Exterior, por encima de la tradicional carrera de Ingeniería Comercial con un 10,71%. Las carreras de Tributación y Finanzas, Ingeniería Comercial y CPA A distancia virtual, en conjunto representan el 15% de la preferencia.

Figura 1.23 Percepción sobre la calidad educativa de la UG.



Fuente: Estudio de pertinencia de la Facultad de Ciencias Administrativas.

Los resultados muestran que más de la mitad con un 50,73% de los encuestados consideran que la calidad de la educación en la Universidad de Guayaquil es buena, el 23,59% manifiesta que es muy buena por lo que en un 70% la imagen de la Universidad está bien posicionada en lo que respecta a su calidad.

5. Conclusiones:

- Las necesidades del país están relacionadas con el cambio de la Matriz productiva contemplado en el Objetivo estratégico 10 del Plan Nacional del Buen Vivir, el estudio de las carreras concluye que la oferta de la FCA es pertinente a los cambios que plantea el Estado ecuatoriano, debido a que el objeto de estudio de las mismas tiene como denominador común un enfoque administrativo científico aplicable a todos los sectores estratégicos a desarrollar.
- Las carreras de la FCA experimentaron en conjunto un incremento del 46% con respecto al periodo anterior, en todas las carreras la tendencia al alza se mantuvo debido a una asignación mayor de cupos por parte del SNNA.
- Que, el 27.10% de los encuestados eligió el área de estudio de la FCA de las cuales las más requeridas fueron Ingeniería en Marketing y Negociación comercial, Ingeniería en Gestión Empresarial, Contaduría Pública Autorizada e Ingeniería en Comercio Exterior; en contraste con la segunda fuente de información en las cuales se mantienen entre las cuatro más elegidas Contaduría Pública Autorizada, Ingeniería en Comercio Exterior e Ingeniería en Marketing y Negociación comercial y se introduce también Ingeniería Comercial siendo estas carreras las cuales tienen la mayor cantidad de matriculados de la FCA.
- Otro factor es la Demanda insatisfecha es que las Carreras que tienen el más alto porcentaje de insatisfacción por sobre el 80% son Ingeniería Comercial, Ingeniería en Marketing y Negociación comercial, y Contaduría Pública Autorizada.
- El mercado laboral indicó que el 19% de las empresas del país se encuentran en Guayas, del total nacional de empresas nueve de cada diez son micro y pequeñas empresas de las cuales el 14% se encuentran ubicadas en Guayaquil y las restantes medianas y grandes empresas en el resto del país.
- Las empresas de Guayaquil tienen un desarrollo en ventas del 11,90% y según el estudio las áreas laborales que más solicitan personal de las carreras ofertadas son el área Contable, Comercial y Ventas, y Mercadeo pertenecientes a los siguientes sectores productivos como son Servicios, Comercio, Alimentos y Construcción que son los sectores con los porcentajes más altos de la muestra encuestada.
- El grado de valoración de las competencias requeridas en las empresas por los empleadores fueron: Capacidad de comunicación oral y escrita; Habilidades para buscar, procesar y analizar información de fuentes diversas y Habilidad para resolución de problemas; en contraste con la valoración de estas mismas competencias adquiridas en la Universidad , es decir, que habilidades los empresarios piensan que son importantes desarrollarlas y asimilarlas en el proceso educativo tales competencias fueron: Habilidad de abstracción, análisis y síntesis , Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente, Capacidad para la toma de decisiones.

Bibliografía

Acreditación, s. n. (2013). *lineamientos para la acreditación de programas de .* bogota- colombia.

Alcantara, A. (s.f.). tendencias mundiales en la educacion superior:el papel de los organismos multilaterales.

<http://www.ses.unam.mx/integrantes/alcantara/publicaciones/tendencias.pdf>.

CEAACES. (2011). *modelo general para la evaluación de carreras con fines de acreditación*. ceaaces. (s.f.). art. 95.

Gestores académicos del criterio pertinencia, (2015). estudio de pertinencia de las carreras que ofrece la facultad de ciencias administrativas de la universidad de guayaquil

Plata, L. (2003). la pertinencia de la educación superior. elementos para su comprensión. *revista de la educación superior*, 120.

UNESCO. (1998). declaracion mundial sobre la educacion superior:el papel de los organismos multilaterales. Recuperado de:

<http://www.ses.unam.mx/integrantes/alcantara/publicaciones/tendencias.pdf>.

universidad de

008. REDISEÑO MICROCURRICULAR BASADO EN COMPETENCIAS DE LA MATERIA DE PROGRAMACIÓN ORIENTADA A OBJETOS

Autores:

Ing. Evelyn Solis, Msc.

Catedrática de la Universidad Agraria del Ecuador.
esolis@uagraria.edu.ec
Ecuador

Ing. Carlota Delgado, Msc.

Catedrática de la Universidad Agraria del Ecuador.
cdelgado@uagraria.edu.ec
Ecuador

Ing. Marcos Antonio Espinoza Mina, Mgs.

Doctorando en Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Católica Argentina Santa María de los Buenos Aires.
Catedrático de la Universidad Tecnológica ECOTEC,
Catedrático de la Universidad Agraria del Ecuador.
mespinoza@ecotec.edu.ec, mespinoza@uagraria.edu.ec
Ecuador

Resumen

Un ejemplo de los cambios que se están produciendo en la educación superior del Ecuador, es el desarrollo de las competencias básicas, genéricas y específicas que están siendo vinculadas poco a poco a procesos más complejos y ligados a la construcción del conocimiento. La evaluación del diseño microcurricular verifica las operaciones de aprendizaje que se programan para lograr que el estudiante aprehenda y desarrolle conocimientos. El presente estudio expone y resume la amplia revisión conceptual y la evaluación microcurricular de la materia de Programación Orientada a Objetos de la Escuela de Ingeniería en Computación e Informática de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Agraria del Ecuador, donde se verificó su actual situación con el propósito de implementar el modelo basado en competencias y pueda ser útil para el desarrollo de la docencia universitaria. El trabajo desarrollado busca mejorar el desenvolvimiento de los profesionales con conocimientos sólidos en esta asignatura, mediante el fortalecimiento de los elementos prácticos que se sugieren dentro del modelo planteado.

Keywords: Competencias basadas en pedagogía, creatividad, aprendizaje, orientación a objetos.

1. INTRODUCCIÓN

La investigación se desarrolló para evaluar la planificación microcurricular de la asignatura de Programación Orientada a Objetos, verificar las ventajas, desventajas de esta metodología y permite realizar el rediseño basado en competencias que forma parte de la primera fase del proceso de aprendizaje. Se constituye primordialmente en la verificación ordenada y algorítmica de los procedimientos del aprendizaje que son planificados para permitir que el alumno adquiera y desarrolle los conocimientos, así como también los procedimientos y las

actitudes que han sido desarrolladas para lograr cumplir con la planificación de todo un programa.

El proceso de evaluación del diseño microcurricular establece y logra resolver la forma de “qué, cómo, por qué y cuándo enseñar”, con lo cual se determina cuáles son las decisiones que se deben tomar, para qué, cómo, por qué y cuándo evaluar, la técnica de evaluación identifica lo que los discentes adquieren de conocimiento y como lo aprenden, es decir identifica los dos aspectos importantes como son el producto y proceso de la educación.

Las competencias informales y digitales, según la “University and knowledge society”, son parte de su acervo y su capital intelectual y humano. El diseño por competencias ha implementado una cultura de mejoramiento constante que se lo puede medir por medio de indicadores. Las competencias constituyen la comprensión y el traspaso de los conocimientos a situaciones reales, lo cual implica relacionar, interpretar, inferir, intercalar, instaurar, usar, impartir los conocimientos para solucionar problemas, participar en la realidad es decir actuar, que proviene de la acción y sus casualidades. El ser humano adquiere la capacidad de reflexionar sobre la acción y aprende a actuar en situaciones sobre las que no se tiene control por tal motivo son imprevistas.

Diseño microcurricular basado en competencias para formar profesionales integrales

La propuesta estructural de un currículo por competencias aplicada para la formación de profesionales se enfoca en cualificar la estructura y los procesos con más funcionalidades de un currículo basado en competencias, con el objetivo de lograr una formación integral y orientada a las circunstancias determinadas como “Retos de la modernidad”. Los retos de la modernidad están relacionados con las consecuencias del desarrollo actual lo que implica que se hayan convertido en desafíos y retos con los que estamos ligados y abarcan las formas de conocimiento existentes. (Esteban Moreno, 2016)

Condiciones y situaciones justifican al microcurrículo basado en competencias, entre las cuales se pueden mencionar: los entornos cada vez más cambiantes y competitivos; las estructuras y procesos sociales y organizacionales más dúctiles y de diversas índoles como horizontales, planas y complejas; las condiciones de incertidumbre e incerteza más visible y palpables a medida que el tiempo transcurre y dominantes en todos los aspectos en el campo laboral; los actuales puestos de trabajo, menos estructurados y móviles; la incursión de diferentes maneras de trabajo; la formación y trabajo de equipos auto dirigidos aplicados en culturas que no han formado procesos de autonomía; formas de contratación más variadas; implementación de flexibilidad en horarios de trabajo; y la presencia de límites más confusos entre las organizaciones y el entorno en general.

Los procesos de globalización en el entorno actual, el desarrollo desmedido de la tecnología, la movilidad, la virtualización, las dificultades en las interacciones interpersonales y sociales, todos estos retos obligan a plantearse la siguiente pregunta: ¿Cómo se formará en esta nueva generación un profesional competente para afrontar los retos de la modernidad?. Elaborando procesos de construcción del

conocimiento, que deben estar de acuerdo con las nuevas circunstancias, además con los retos y desafíos que nos plantean el nuevo orden de cosas. (Sanz de Acedo Lizarraga, 2011)

Desarrollando procesos de construcción del conocimiento acordes con las nuevas circunstancias, y con los retos y desafíos que plantea el nuevo orden de tarea, se deben crear expectativas de nuevos escenarios que permitan tener la posibilidad de formar un ser humano transformador de dichas realidades y posibilidades para el presente y el futuro. La propuesta de formar por competencias, en contraste a la propuesta tradicional que es por contenidos sería la respuesta eficaz a dichos retos lo que permitirá, la creación de un individuo que tenga la capacidad de adaptarse y adaptar. Además transformando y transformándose, modificándose y prospectarse en las condiciones de incertidumbre y cambio. (Rico Romero, 2014)

Evaluación del diseño microcurricular

La evaluación del diseño microcurricular determina los objetivos de la educación, lo que los alumnos deben aprender y cómo lo deben aprender, lo que los profesores deben enseñar y cómo lo enseñan, los contenidos y los métodos, es decir el producto y proceso de la educación.

La evaluación distingue algunos conceptos fundamentales tales como evaluación, calificación y medida y a continuación explicaremos estos conceptos. La evaluación es una actividad inherente a toda actividad humana intencional, de tal manera que el objetivo es determinar el valor de algo es decir, la calidad del conocimiento que los alumnos han adquirido. El término calificación es la valoración de la conducta de los alumnos y sus aprendizajes, es una actividad más restringida que evaluar, se quiere expresar el grado de suficiente o insuficiente de conocimientos, destrezas y habilidades del alumno, resultado de algún tipo de prueba, actividad, examen o proceso.

La evaluación es un proceso que implica recogida de información con una posterior interpretación en función de contraste con determinadas instancias de referencia para emitir un juicio de valor que permita orientar la acción o la toma de decisiones.

La evaluación del diseño microcurricular se aplica al rendimiento de los alumnos a los contenidos, pero se ha aplicado con el paso del tiempo a las actitudes, destrezas, programas educativos, materiales, etc. El análisis del sistema educativo y la relación con la evaluación, se produjo por los años 50, por factores como la crítica a la eficacia de las instituciones de Educación Superior, la gran inversión en la educación y por lo tanto el campo de la evaluación se extiende a alumnos, profesores, directivos, instituciones, la administración, entre otros; por ese motivo de expansión del ámbito evaluador se ha generado modelos de evaluación de gran relevancia.

Los tipos de evaluación atienden a diferentes criterios y se emplean uno u otro en función del propósito de la evaluación a los impulsores o ejecutores de la misma, a cada situación, a los recursos, a los destinatarios y otros factores. Los tipos

de evaluación son los siguientes: según su finalidad y función, según su extensión, según los agentes evaluadores, según el momento de aplicación, según el criterio de comparación, referencia o evaluación criterial, referencia o evaluación normativa.

Los procedimientos para evaluar definen el proceso para la evaluación, describe la situación deseada o ideal, define los criterios de comparación o de evaluación, describe el objeto o situación a evaluar, tal como se observa en la realidad, compara la situación deseada y la evaluada, tomando en cuenta los criterios, identifica conformidades o discrepancias y emite juicios de valor, verifica el proceso y el producto.

El aprendizaje basado en competencia utiliza los conocimientos en situaciones de la vida real, requiere relacionar, demostrar, deducir, intercalar, instituir, emplear, trasladar los conocimientos a la solución de problemas, participando en la realidad o actuar en la misma, comunicando las acciones además sus contingencias.

El proceso que actualmente se desarrolla está enfocado en competencias, que implican retos importantes, para el ámbito de la docencia, durante el proceso de enseñanza – aprendizaje, para lo cual se utilizan prácticas, además formas de realizar acciones también se presentan indicaciones para pensar y como sentir.

La función de toda institución educativa es enseñar para que los estudiantes acumulen los conocimientos, con el objetivo de que puedan crear una forma de vivir, adquirir una cultura y pensamientos de la colectividad, a través de un sistema educativo en el cual se implementan programas de estudios, y lo principal la teoría en vez de la práctica con lo cual presentamos como resultado estudiantes irreflexivos porque no han estimulado su fase analítica en el aula.

Fundamentos de las Competencias

El proceso de diseño basado en competencias permite primordialmente relacionar la parte práctica a la teórica; su aplicación se sustenta y se desarrolla en diferentes aspectos que permiten el desarrollo de las competencias básicas genéricas y específicas.

Los programas académicos persiguen alcanzar la relación con los sectores productivos buscando que la teoría y la práctica se formen conjunto y produzcan un aprendizaje que ayude al individuo en el desarrollo de su vida. (Jiménez, 2013)

Los fundamentos conceptuales y teóricos permiten que los estudiantes desarrollen diversas habilidades como por ejemplo sistémicas, directivas, administrativas, humanas, innovadoras, tecnológicas a través de certificaciones internas y externas, en donde a través del curso desarrollan la práctica y por medio de un examen se puede evaluar la teoría que han adquirido como conocimiento.

Las fundamentaciones tecnológicas referencian a las plataformas de software que ayudan a los cursos, logran la vinculación día a día con la tecnología, provocando la investigación y el aprendizaje cooperativo en el aula de clase y fuera

de la misma, también el aprendizaje fundamentado en la generación de proyectos donde el estudiante demuestra los conocimientos adquiridos.

Las fundamentaciones metodológicas permiten revisar la presencia de un modelo educativo que innova aspectos radicados en la implementación del constructivismo, buscando que el estudiante construya su propio aprendizaje y conocimientos, mediante la correcta dirección tanto del docente como de la institución educativa.

Las competencias brindan una metodología y un lenguaje común que ayuda a permite incrementar algunos aspectos como la legibilidad, comparabilidad y competitividad de los títulos profesionales. La condición del proceso del conocimiento en construcción que tiene la formación por competencias, permite contar con conceptos y herramientas. (Brown, 2014)

Actualmente existen diversas formas de clasificar las competencias, entre las cuales debemos considerar las competencias básicas, genéricas y específicas, (Fuente Ruiz, 2014).

Las competencias básicas describen los comportamientos elementales que se deberán mostrar y que están asociados a conocimientos de índole formativa. Estas competencias permiten que el estudiante realice el análisis de tres aspectos que están relacionados con la calidad interpretativa, argumentativa y propositiva y que ayudan a la adquisición de los conocimientos de índole formativa.

Las competencias genéricas describen los comportamientos asociados con desempeños comunes a diversas ocupaciones y ramas de actividad productiva, como son la capacidad de trabajar en equipo, de planear, programar y entrenar, que son comunes a una gran cantidad de ocupaciones. Estas competencias están dirigidas a desarrollar la capacidad de trabajar en equipo y además permiten que el estudiante trabaje en habilidades con las cuales él pueda desempeñarse en las diferentes actividades.

La competencia específica o de ámbito particular, es aquella que tiene referencia a una profesión, en donde se puede mencionar varios ejemplos, como puede ser tanto para un profesional informático que es desarrollar un software, como para un mecánico el arreglar un motor, como para un profesor el impartir una clase. Lo que nos permite llegar a la conclusión entonces de por qué, cuáles, cómo, cuándo son las competencias que se deben desarrollar en el profesional en formación académica de una Carrera como la del Ingeniero en Sistemas, no previsto tradicionalmente como la del profesor para el ejercicio magisterial, sino para desempeñarse en cualquiera de los ámbitos relacionados al área informática.

La aplicación de competencias utiliza la metodología donde el contenido es práctico lo cual permite a cada estudiante construir su proceso de aprendizaje a partir de las experiencias personales, la interacción en grupo y la reflexión activa también forman un papel importante.

Una de las necesidades básicas de aprendizaje es aprender a pensar. La psicología del pensamiento marca tres áreas principales como habilidades del

pensamiento que pueden ser susceptibles de enseñanza y fundamentales para mejorar la habilidad de pensar: la solución de problemas, la creatividad y la metacognición.

El pensamiento crítico desarrolla habilidades cognitivas de interpretación, análisis, evaluación, inferencia, explicación y autorregulación; estas lo caracterizan cuando se manifiesta un proceso intelectual de alto nivel.

2. DESARROLLO

Rediseño basado en competencias

En la figura 1 se presenta un esquema que sintetiza el proceso de rediseño por competencias, prioritariamente se localiza la información que el alumno debe adquirir, luego se realiza la evaluación para clasificarla, para lograr finalmente utilizarla y de esta manera se comunica la información que permita desarrollar las competencias básicas, genéricas y específicas.



Figura 1. Esquema del Proceso de Rediseño

La investigación se desarrolló bajo la modalidad cuali-cuantitativa, la misma que permite describir y detallar dificultades detectadas en la materia Programación Orientada a Objetos de la Escuela de Ingeniería en Computación e Informática de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Agraria del Ecuador. La investigación es de tipo documental, de campo, descriptiva.

Investigación Documental: Este tipo de investigación se elabora apoyándose en fuentes de carácter documental, tiene como objetivo ampliar, profundizar y analizar el diseño basado en competencias para lo cual se verifican documentos de cualquier especie, como, circulares, libros revistas y publicaciones.

Investigación de Campo: Este tipo de investigación está fundamentada en informaciones que provienen de fuentes como entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. Para el desarrollo de esta investigación se realizó una encuesta obteniendo la información directamente en la realidad en que se encuentra los participantes de la investigación, por lo tanto, implica que logramos una observación directa por parte del investigador.

Investigación Descriptiva: logramos caracterizar el problema con el objetivo de definir medios correspondientes para su solución.

Investigación de Proyecto Factible: Mediante este tipo de investigación, que requiere la combinación de los métodos analítico y sintético, en conjugación con el deductivo y el inductivo, se trata de responder o dar cuenta de los porqués, para lo cual se desarrolló la propuesta de un módulo para solucionar la necesidad de los estudiantes de la materia Programación Orientado a Objetos de la Universidad Agraria del Ecuador.

Procedimiento de la investigación

Las actividades realizadas en esta investigación siguen un ordenamiento lógico el cual permite cubrir en todos los aspectos los procesos presentados durante una investigación académica. Para iniciar la investigación se definieron los objetivos, los cuales sirvieron para la contextualización de las variables y la elaboración del instrumento para la encuesta realizada a los participantes, se realizó la codificación de la información; esta clasificación consideró a los participantes, las variables de la investigación y además las unidades de estudio. Este proceso culminó en tabular las respuestas de los participantes en una matriz respectivamente.

Una vez obtenidos los resultados y simplificadas las opciones de los participantes en los cuadros y gráficos de cada una de las preguntas del cuestionario, se desarrolló el análisis, para afirmar o negar la hipótesis planteada en esta investigación, seguidamente se efectúa las conclusiones y recomendaciones. El procedimiento sirve para tener evidencias y dar solución al problema planteado mediante la propuesta de una guía didáctica de estrategias de aprendizaje cooperativo.

Resultados de la encuesta

La encuesta permitió obtener una de las dimensiones culturales de la realidad humana sometida a la investigación, el objetivo principal es contar con un inventario de tópicos culturales que en el momento de iniciar el trabajo de campo, permita realizar un análisis exhaustivo de esas dimensiones en el grupo de seres humanos los cuales han sido sometidos a objeto de estudio como es la evaluación del diseño microcurricular de la asignatura Programación Orientada a Objetos y el rediseño basado en competencias; al momento de elaborar la encuesta se plantearon las preguntas concernientes a este tema para recolectar los datos, elaborar los registros pertinentes, analizar los datos y escribir el informe de investigación con lo cual se realizará el desarrollo del módulo de la asignatura mencionada.

Se realizó una encuesta de opinión con los estudiantes, con el fin de mostrar sus percepciones, y si los diferentes trabajos prácticos realizados habían permitido mejorar sus conocimientos sobre la programación orientada a objetos. Esta encuesta se basa en el trabajo presentado en 20 preguntas, y hasta 108 estudiantes participaron durante 2015-2016. La encuesta de opinión constaba de diferentes preguntas (ver Tabla 1) relacionadas con la experiencia de la programación orientada a objetos.

Los estudiantes evaluaron cada pregunta eligiendo un valor entre 1 y 4, donde la opción 1 es "Totalmente en Desacuerdo", 2 es "En Desacuerdo", 3 es "De

acuerdo”, 4 es “Totalmente de acuerdo”, la evaluación de los estudiantes se muestra en la Tabla 2.

Tabla 1. Preguntas de encuestas de opinión

N	Preguntas
Q1	1.- ¿Considera usted, que la evaluación del actual diseño Microcurricular de la asignaturas de Programación Orientada a Objetos, definirá la necesidad de un rediseño por competencias?
Q2	2.- ¿Cree usted que evaluar la eficacia del actual diseño Micro curricular de las asignaturas de Programación Orientada a Objetos determinará cambiar la organización de todos los contenidos?
Q3	3.- ¿Considera usted que la asignatura de Programación Orientada a Objetos aporta Conocimientos a las otras asignaturas relacionadas con la carrera?
Q4	4.- ¿Cree usted que los contenidos actuales de la asignatura de Programación Orientada a Objetos muestran un sistema tradicional?
Q5	5.- ¿Cree usted que el actual sistema de evaluación de los Aprendizajes del estudiante debe ser mejorado?
Q6	6.- ¿Cree usted que se necesite rediseñar el Microcurrículo De la asignatura de Programación Orientada a Objetos con programas que precisen las competencias integrales?
Q7	7.-¿Considera usted que un rediseño por competencias es actualizar el contenido de la asignatura de Programación Orientada a Objetos atendiendo a los a los requerimiento de la sociedad Actual?
Q8	8.- Cree usted que el contenido de la asignatura de Programación Orientada a Objetos debe beneficiar eficientemente a las otras asignaturas de la carrera ?
Q9	9.- Considera usted, que los conocimientos adquiridos en las clases teóricas deben guardar concordancia con las clases de laboratorio?
Q10	10.-Considera usted que el rediseño Microcurricular por competencia de la asignaturas de Programación Orientada a Objetos influirá en la calidad del aprendizaje?
Q11	11.- Cree usted que la propuesta de un módulo servirá de guía para trabajar con contenidos importantes y significativos que se relacionen con el perfil profesional de la carrera?
Q12	12.- Cree usted que la propuesta de un módulo beneficiara en el rendimiento académico de los estudiantes?
Q13	13.- Cree usted que la propuesta de un módulo permitirá alcanzar el logro de las competencias?
Q14	14.- Considera usted que la propuesta de un Módulo favorecerá al Estudiante de la asignatura de Programación Orientada a Objetos en su proceso de aprendizaje?
Q15	15.-Cree usted que el sistema de evaluación de los aprendizajes por competencias incrementará el nivel académico de los estudiantes?
Q16	16. Está usted de acuerdo que un rediseño Microcurricular por competencias debe proponer un enfoque Holístico, Sistémico- por Procesos
Q17	17. Considera usted que el rediseño por competencias de la asignaturas de Programación Orientada a Objetos selecciona las competencias necesarias para este proceso entre las cuales tenemos las competencias básicas, genéricas, específicas.
Q18	18.- Considera usted que el rediseño por competencias ayudara a que los alumnos adquieran el conocimiento necesario sobre la asignatura de Programación Orientada a Objetos y así adquieran las bases necesarias para las siguientes asignaturas de programación
Q19	19.- Considera usted que para la asignatura de Programación Orientada a Objetos se debe utilizar lenguajes de Programación actualizados como Joomla para diseño WEB y Eclipse para Java.
Q20	20.- Considera usted que la asignatura de Programación Orientada a Objetos debe ser impartida totalmente en los laboratorios de computación para que la práctica diaria en programación beneficie a los estudiantes

Elaboración: Los autores

Tabla 2. Resultados de encuestas de opinión

Preguntas	4	3	2	1	Modo
Q1	24	49	20	6	3
Q2	23	50	21	6	3
Q3	11	60	23	6	3
Q4	19	56	23	1	3
Q5	20	65	10	5	3
Q6	31	55	9	6	3
Q7	39	42	10	9	3
Q8	39	42	10	9	3
Q9	43	41	10	6	4
Q10	43	46	6	6	4
Q11	31	63	4	3	3
Q12	29	50	11	10	3
Q13	29	61	10	0	3
Q14	39	40	17	5	3
Q15	60	29	10	1	4
Q16	63	30	3	5	4
Q17	58	31	6	5	4
Q18	65	31	2	2	4
Q19	62	31	5	2	4
Q20	62	31	6	2	4

Elaboración: Los autores

La pregunta Q1 se afirma que el 24% de los encuestados están “totalmente de acuerdo” y el 49% están “de acuerdo”, sumados resulta un total del 73%, que afirma que se debe realizar la evaluación del actual diseño microcurricular de la asignatura Programación Orientada a objetos y desarrollar el rediseño por competencias; mientras que el 20% está en “desacuerdo” y el 6% está “totalmente en desacuerdo”; es decir que solo el 26% de docentes y discentes “no están de acuerdo” con la evaluación del diseño microcurricular para la creación de un nuevo diseño basado en competencias.

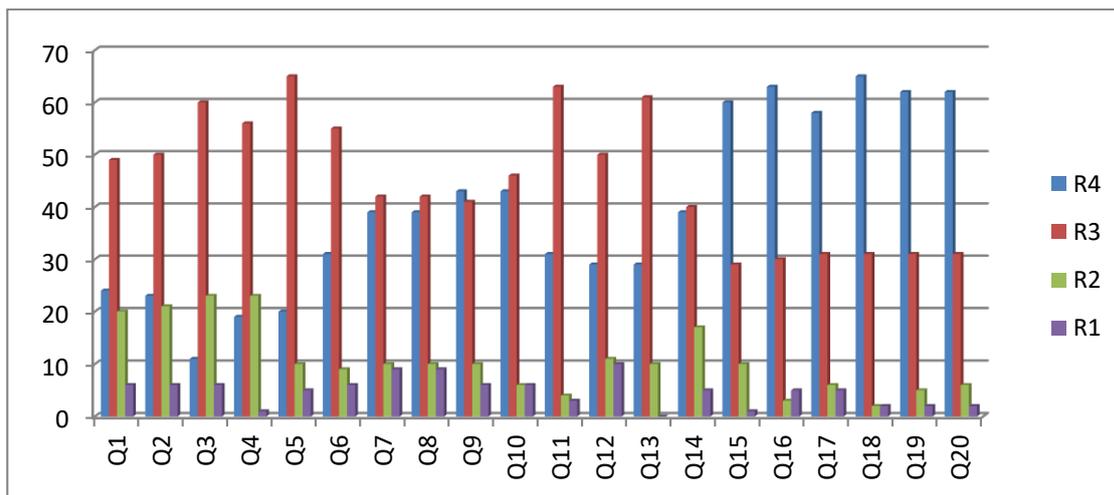


Figura 2. Gráfico de resultados de encuesta
Elaboración: Los autores

La pregunta Q9 demuestra que los docentes y estudiantes actuales están totalmente de acuerdo que los conocimientos adquiridos en las clases teóricas debe guardar concordancia con las clases del laboratorio con un porcentaje de 43% a esta aseveración se le suman los 41% de encuestados que están de acuerdo, que sumados dan un total de 84%, lo contrario a esto tenemos que el 10% está en desacuerdo y el 6% totalmente en desacuerdo; es decir la mayoría concuerda que los contenidos teóricos deben estar ligados a las practicas del laboratorio para el desarrollo de las competencias básicas, genéricas y específicas.

La pregunta Q10 demuestra que los docentes y estudiantes están totalmente de acuerdo que el rediseño microcurricular por competencia de la Asignatura Programación Orientada a Objetos influirá en la calidad del aprendizaje con un porcentaje de 43% a esta aseveración se le suman los 46% de encuestados que están de acuerdo, que sumados dan un total de 89%, lo contrario a esto tenemos que el 6% está en desacuerdo y el 6% totalmente en desacuerdo; es decir la mayoría concuerda que el rediseño microcurricular por competencias influirá en la calidad del aprendizaje por que los estudiantes al desarrollar las competencias básicas, genéricas y específicas alcanzaran un mejor desarrollo profesional.

Propuesta de rediseño basado en competencias de las asignaturas de Programación Orientada a Objetos

Se presenta a continuación la descripción y el análisis de un programa de formación basado en competencias para estudiantes, desarrollado con el objetivo de realizar un cambio en la planificación y programación del contenido de la asignatura de Programación Orientada a Objetos. El objetivo principal es potenciar la adquisición de la competencia en la gestión de información que el alumno adquiere durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Para cumplir con este objetivo se elaboró un programa de formación en competencias, el mismo que fue secuenciado con niveles de aprendizaje diferenciados a lo largo de toda la vida académica del alumno.

Más que saber el estado de los conocimientos de los estudiantes en el cual se desarrollaría, la evaluación y el aprendizaje, se orienta el proceso de enseñanza a la práctica. Dado que las competencias se refieren a situaciones reales, los profesores tienen que reproducir las mismas lo más real posible, o poner al alumno directamente en contacto con la realidad en la producción o los servicios.

Se recomienda utilizar la técnica de grupos focales la cual permite ayudar al docente a ubicarse en el terreno y a conocer el lenguaje local mediante la exploración del rango de actitudes, opiniones y comportamientos en relación con el problema además observa el proceso de consenso y desacuerdo permitiendo agregar detalles del contexto a los hallazgos cuantitativos.

El cumplimiento de los syllabus de la asignatura de Programación Orientada a Objetos permite desarrollar ejemplos en los cuales las aplicaciones informáticas se ejecuten correctamente. Por las tendencias del mercado, se sugiere enfocar el contenido y la práctica de Programación Orientada a Objetos hacia el diseño y programación Web.

El diseño microcurricular basado en competencias exige capacitar a los docentes que impartan la asignatura de Programación Orientada a Objetos en los diferentes herramientas actualizadas de programación, de tal manera que la asignatura la desarrollen utilizando los emergentes lenguajes de programación del área y que le brinden a los estudiantes las bases necesarias para poder desempeñarse en el ámbito laboral.

El rediseño basado en competencias involucró la propuesta de un módulo o libro de prácticas de Programación Orientada a Objetos, que incluye el uso de las herramientas necesarias para el desempeño eficaz y eficiente de manera que se lograría el aseguramiento de una educación de calidad.

El libro de prácticas integra los contenidos de cada unidad con ejercicios prácticos de Programación Orientada a Objetos, adicionalmente se establece los criterios de evaluación del proceso. Las tablas 3, 4 y 5 demuestran como resumen parte del trabajo desarrollado.

Tabla 3. Unidades del Rediseño

<p>Unidad I INTRODUCCIÓN A PHP</p>	<p>ESTÁNDARES:</p> <p>Conocer las instrucciones de PHP Mostrar que el proceso de aprendizaje de esta herramienta es alto, debido a la gran similitud con lenguaje C Conocer las ventajas de PHP Conocer la metodología de Trabajo en la Programación Aceptar la responsabilidad en sus tareas y actividades clase</p>
<p>Unidad II Acceso a Base de Datos desde PHP usando MVC</p>	<p>ESTÁNDARES:</p> <p>Introducción al Lenguaje de Programación Orientado a Objetos Utilización de la Metodología MVC y framework orientados a MVC Uso de Condicionales Conocer las sentencias y Herramientas básicas del Framework CodeIgniter Utilización de los conocimientos de PHP en el uso de CodeIgniter Conocer los métodos de manipulación de los datos de forma precisa y correcta, independientemente de la base de datos seleccionados</p>
<p>Unidad III Introducción a Java, Programación CLI y Gui en JAVA, manejo de Base de Datos</p>	<p>ESTÁNDARES:</p> <p>Conocer las instrucciones y estructuras básicas de un programa realizado en Java Aplicar conocimientos de programación orientada a objetos en java Conocer cuando es útil utilizar o realizar aplicaciones CLI y sus beneficios Conocer los objetos SWING para Programación de aplicaciones GUI Conocer las herramientas y formas de conectarse con diferentes bases de datos mediante el uso de java</p>
<p>Unidad IV Introducción a Programación de Dispositivos Móviles y Aulas virtuales</p>	<p>ESTÁNDARES:</p> <p>Adquirir Conocimientos básicos acerca de la programación de aplicaciones Java para dispositivos móviles</p>

Elaboración: Los autores

Tabla 4. Evaluación de las Unidades del Rediseño

CRITERIOS DE EVALUACION			
CRITERIOS DE DESEMPEÑO	INDICADORES DE PROCESO DE APRENDIZAJE		
UNIDAD I, II, III, IV - Pautas o parámetros	INDICADORES FRECUENTES	PROCESO	EXAMEN
Evaluación Escrita			30%
Identifica de manera clara los aspectos específicos particulares y singulares de la Programación Orientada a Objetos	Investigación: Identificar y Seleccionar las esferas de actuación	40%	
Reconoce los principios y procedimientos de la Programación Orientada a Objetos Identifica los escenarios de los campos de acción de la Programación Orientada a Objetos	Trabajo individual, en equipo, colaborativo y cooperativo Trabajos realizados en casa como en el salón de clase, mapas conceptuales, documentos de Trabajo Individual, presentaciones en power point, presentaciones de portafolios, presentaciones de informes	10%	
Define conceptualmente las distintas esferas de actuación de la Programación Orientada a Objetos	Exposiciones orales, dominio y pertinencia Manejo de Ayuda y herramientas del soporte, lenguaje fluido y vocabulario técnico profesional , dominio del escenario, cuadratura del tema	10%	
Evidencias: Ensayos Individuales, resúmenes, mapas conceptuales, exposiciones, trabajos individuales y de grupo	Participación en Clase Cumplimiento de las Tareas, calidad y funcionalidad de los contenidos investigación del temas	10%	
	TOTAL	70%	30%
Indicadores 1.- Rapidez, prontitud y puntualidad para la selección de la esfera de actuación e las herramientas necesarias para trabajar con la Asignatura de Programación Orientada a Objetos 2.- Índice de errores y precisión en los campos de acción de la Asignatura de Programación Orientada a Objetos			

Elaboración: Los autores

Tabla 4 Competencias Desarrolladas

CUALITATIVA (COMPETENCIAS)	CUANTITATIVA (ESTANDARES)
<p>Nivel de Desarrollo Avanzada(A): evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Domina la epistemología e historicidad de la Asignatura de Programación Orientada a Objetos con el estilo de pensamiento reflexivo, crítico y creativo b) Identifica la doble relación que existe de los estudiantes con la programación c) Reconoce los campos y esferas de actuación del Ingeniero de Sistemas en la Asignatura de Programación Orientada a Objetos d) Define las características de las aproximaciones teóricas y metodológicas que han aportado al desarrollo de la asignatura de Programación Orientada a Objetos <p>Progresivo (P): Aplicación</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Identifica casuísticas más frecuentes correspondientes al ejercicio de la Asignatura de Programación Orientada a Objetos b) Selecciona objetivamente una c) de las esferas de actuación de la Asignatura de Programación Orientada a Objetos d) Selecciona las herramientas para a utilizarse en el proceso de enseñanza de la Asignatura de Programación Orientada a Objetos. e) Aplica las herramientas necesarias para el desarrollo de aplicaciones en Java <p>Evidencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diferenciar las esferas de actuación de la Programación PHP-JAVA • Resúmenes, mapas conceptuales, aplicaciones en java y php, lenguajes de programación para desarrollar aplicaciones en JAVA-PHP • Lograr comunicación efectiva con los estudiantes 	<p>Nivel de Dominio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alto (90-100) • Medio (80-90) • Mínimo(70-80)

Elaboración: Los autores

Al desarrollar una formación basada en competencia se logra satisfacer las nuevas demandas de trabajo profesional en el campo competitivo multiinter y transdisciplinario e investigativo, que permitirá una formación reflexiva, crítica permanente de su acción, en lo teórico-práctico de sus conocimientos y la producción científica desde este contexto.

3. CONCLUSIONES

El desarrollo de habilidades del pensamiento es una tarea y un compromiso que se debe cumplir en todos los niveles educativos, por lo que la educación superior debe promover y fortalecer dicha tarea.

Se pudo obtener en diseño curricular por competencias la capacidad de insistencia de los futuros profesionales, así como los cambios de los contextos o entornos. Los individuos capacitados y formados en los lineamientos de los modelos de competencias, les permite recibir y adquirir una preparación que entallan con la habilidad de responder en forma oportuna a las situaciones o problemas que se presentan, con gran capacidad para resolver los procesos continuos de las futuras actualizaciones individual colectivas del lugar donde ejecute o ejerza sus funciones.

El origen de las competencias es concretar de forma inicial, la imperiosa necesidad de brindar una educación que permita desarrollar habilidades y destrezas para los futuros profesionales, en cualquier situación en donde ellos tengan que aplicar todas sus capacidades para dar una o varias soluciones con éxito. Y ser una vía efectiva entre la educación y el trabajo competitivo.

El rediseño basado en competencias utiliza criterios de evaluación de las unidades e indicadores del proceso de aprendizaje donde se verificaran algunos factores con el objetivo de determinar el porcentaje de evaluación del estudiante.

Las competencias desarrolladas en el presente estudio mediante las cuatro unidades del rediseño determinan claramente los conocimientos que el alumno adquiere para la asignatura de Programación Orientada a Objetos, buscan desarrollar las competencias que un titulado en Ingeniería en Computación e Informática debe alcanzar, se identifican y ordenan en función de los perfiles profesionales de los futuros titulados. Se espera que el trabajo realizado y expuesto de forma resumida en el presente artículo sea implementado a corto plazo y que constituya una base para el rediseño de las otras materias.

4. BIBLIOGRAFÍA.

- Brown, S. a. (2014). *Evaluación de habilidades y competencias en educación superior*. Madrid: Es: Narcea Ediciones.
- Esteban Moreno, R. M. (2016). *Una mirada internacional a las competencias docentes universitarias: investigación en primera persona, profesores y estudiantes*. Barcelona, ES. Barcelona: Ediciones Octaedro.
- Fuente Ruiz, R. A. (2014). *Desarrollo de competencias en producción de protocolos de investigación científica en el área de salud*. Mexico: Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Jiménez, A. (2013). *Competencias*. Ediciones Díaz de Santos.
- Rico Romero, L. a. (2014). *Competencias matemáticas desde una perspectiva curricular*. Madrid: Larousse-Alianza Editorial.
- Sanz de Acedo Lizarraga, M. L. (2011). *Competencias cognitivas en educación superior*. Madrid: Narcea Ediciones.
- Sacristán Romero, Francisco. Las competencias en el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa. Córdoba, AR: El Cid Editor, 2006. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.
- Segura, A.. La profesión de salud pública y el debate de las competencias profesionales. Madrid, ES: Gaceta Sanitaria - Ediciones Doyma, S.L., 2004. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.
- Alsina i Pastells, Àngel. Desarrollo de competencias matemáticas con recursos lúdico-manipulativos para niños y niñas de 6 a 12 años. Madrid, ES: Narcea Ediciones, 2011. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.
- Pérez Boulosa, Alfredo. Metodologías de enseñanza y aprendizaje para el desarrollo de competencias: orientaciones para el profesorado universitario ante el espacio europeo de educación superior. Madrid, ES: Larousse - Alianza Editorial, 2014. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.
- Luceño Campos, José Luis. Las competencias básicas en la expresión escrita. Málaga, ESPAÑA: Ediciones Aljibe, 2008. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.
- Cabrera Monteagudo, Nosly. Rediseño del SGC de la empresa ServiSime. La Habana, CU: D - Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría. CUJAE, 2011. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.
- Pérez Boulosa, Alfredo. Metodologías de enseñanza y aprendizaje para el desarrollo de competencias: orientaciones para el profesorado universitario ante el espacio europeo de educación superior. Madrid, ES: Larousse - Alianza Editorial, 2014. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.
- Micolini, Armando. Competencias para un estudio eficaz (3a. ed.). Córdoba, AR: Editorial Brujas, 2006. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.
- Marciales-Vivas, Gloria Patricia, González-Niño, Liliana, and Castañeda-Peña, Harold. Competencias informacionales en estudiantes universitarios: una reconceptualización. Bogotá, CO: D - Pontificia Universidad Javeriana, 2009. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.
- Alvarado Martínez, Tomás Everardo. Metodología para elaborar un plan estratégico y rediseño organizacional de una unidad de producción agropecuaria. México, D.F., MX: Red Revista Mexicana de Agronegocios, 2006. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.
- Alfonso Díaz, Keny, and Domínguez Mena, Mabel. El currículo desde la asignatura Introducción a la Genética Médica en los PPU de La Lisa. Memorias del VI Coloquio de Experiencias Educativas en el contexto universitario. La Habana, CU: Editorial Universitaria, 2009. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.

- Maldonado García, Miguel Ángel. Currículo con enfoque de competencias. Bogotá, CO: Ecoe Ediciones, 2009. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.
- Cuenca Martínez, Rogelio. Dinámica curricular de la formación laboral del profesional. La Habana, CU: D - Universidad de Oriente, 2011. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.
- Tobón Tobón, Sergio. Formación integral y competencias: pensamiento complejo, currículo, didáctica y evaluación (3a. ed.). Bogotá, CO: Ecoe Ediciones, 2010. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.
- Ministerio de Educación Superior, and Universidades de la República de Cuba, eds. Universidad 2012: memorias. IV Taller Internacional sobre la formación universitaria de los profesionales de la educación. La Habana, CU: Editorial Universitaria, 2012. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.
- González-Bernal, Manuel Ignacio. Alcance y límites de un currículo basado en competencias. Bogotá, CO: D - Universidad de La Sabana, 2009. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.
- Ruipérez, Javier. División de competencias y forma territorial del Estado. Madrid, ES: Editorial Reus, 2012. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.
- Calvo Sanz, Pablo. Gestión por competencias como factor de mejora de calidad asistencial. Madrid, ES: Ediciones Díaz de Santos, 2014. ProQuest ebrary. Web. 26 August 2016.

009. DIAGNÓSTICO DE LA ALFABETIZACIÓN ACADÉMICA, EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO EN LAS CARRERAS DE CIENCIAS EMPRESARIALES.

Autores:

MSc. Emma Mendoza Vargas, emendoza@uteq.edu.ec,

PhD. Jhon Alejandro Boza Valle, jboza@uteq.edu.ec

MSc. Laura Tachong Alencastro

MSc. Harold Escobar Terán

Dra. Badie Cerezo Segovia

MSc. Elsy Cobo Litardo

Docentes Universidad Técnica Estatal de Quevedo

RESUMEN

Las universidades coparticipan en la responsabilidad para con la sociedad, de la calidad de profesionales que prepare para las distintas actividades del saber, en el ámbito del desarrollo empresarial, la sociedad está ávida de la solución de la problemática que espera resuelva tanto a nivel micro como macro, en empresas de todo tipo (público, privado y mixto).

En este sentido la alfabetización académica es parte de este cometido que tiene la universidad en el ámbito de las competencias, cuyo rol está orientado a formar profesionales en las distintas áreas del conocimiento. De esta forma la producción de textos académicos, artículos, ensayos, papers, entre otros, son necesarios en el proceso de formación en las aulas universitarias, estos procesos se logran mediante el desarrollo de las habilidades en la lectura y escritura razón principal, de la existencia de las instituciones de educación superior en paralelo este proceso.

En consecuencia las universidades debe contar programas permanentes de capacitación tanto para docentes como para estudiantes, es por estos que estos centros de estudios están conformados por profesionales en distintas áreas para en su conjunto mejorar los procesos y afinar los resultados empresariales acorde a los estándares establecidos por los organismos

pertinentes. Es así que el alcance de esta investigación está en lograr una interacción empresa pública y privada, universidad y la colectividad en su conjunto.

1. INTRODUCCIÓN

El tema de la alfabetización académica, como una problemática que involucra la relación inseparable estudiante, docentes e instituciones universitarias, no solamente como un tema vigente; sino también un asunto que requiere atención urgente y permanente por parte de las universidades. El término Alfabetización académica no es nuevo en este medio, este data desde ya hacer algún tiempo, en la actualidad aún se desconoce del mismo en el medio universitario, existen documentos importantes desde ya hace diez años; un número importante de involucrados no está consiente que este una problemática que debe ser atendida, desde la actividad profesional y por ende desde los predios universitarios, como una situación de prioridad; sin embargo se sigue evadiendo el cumplimiento de esta tarea, convencidos que esta situación debe de ser manejada desde las instituciones secundarias y primarias en muchos casos.

En sin duda una falsa creencia de un grupo importante profesores universitarios, de que el desarrollo de habilidades de lecto-escritura para la producción de textos académicos, propia de la alfabetización, son destrezas que el estudiante ya debió haber adquirido antes de su ingreso a la institución de educación superior, sigue haciendo estragos hasta nuestros días.

En paralelo a lo antes expuesto existen importantes falencias encontradas en los estudiantes para las habilidades lingüísticas comunicativas en la producción de papers, ensayos, proyectos de investigación y/o tesis, trabajos académicos y más aún en los textos académicos, que evidencian aprendizaje de nuevos conocimientos, tarea cuestionable de la educación de tercer nivel, que limita la calidad y excelencia.

Estas novedades, crea la necesidad de evidenciar la realidad de las carreras de ciencias empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo y la forma como se aborda el delicado tema de la alfabetización académica, sumado a esto la impostergable mirada a los elementos que están inmersos en esta problemática; en pro de buscar alternativas, que

permitan proponer soluciones y que dejan abierta la oportunidad de extender la investigación en una nueva ocasión.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

En el desarrollo de esta investigación, se recurrió a métodos de revisión bibliográfica, y la recopilación de testimonios de una muestra importante de estudiantes y docentes de las carreras de ciencias empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, se precisó también la utilización del método descriptivo para abordar las temáticas ligadas a la alfabetización académica y para llegar a las conclusiones los métodos inductivo y deductivo.

3. DESARROLLO

La expresión “alfabetización académica”, es muy común en los últimos años, hoy en día se pueden encontrar una infinidad de artículos relacionados a este tema, esto no significa que ya está pasado de moda; más bien releva su importancia y su vigencia, ya que atañe a todas las Universidades a nivel mundial (Gatti y Grinsztajn, 2014). Estas instituciones educativas tienen la infranqueable responsabilidad de desarrollar en los estudiantes destrezas para interpretar y/o producir los textos científicos y académicos, a través del aprendizaje de las habilidades y competencias de lectoescritura en la educación superior; esto es a lo que se denomina alfabetización académica, constituyéndose en una de las principales funciones de este nivel educativo.

Es indiscutible que la lectura y la escritura son procesos básicos e instrumentos de pensamiento, cuya práctica empieza en cada nivel de la escuela elemental y secundaria, es decir, antes de ingresar a la Universidad, no obstante, la lectura, interpretación y la producción de textos como fruto del aprendizaje, ocupa un lugar central en la formación universitaria, es decir, la alfabetización académica plantea que la lectura y la escritura de textos académicos, son propias del nivel universitario.

Sin embargo, la experiencia de docentes y alumnos dice que ese dominio es escaso o está ausente. Convirtiéndose un verdadero reto para la educación superior, ya que los estudiantes ingresan a la universidad con verdaderas carencias de habilidades en lectoescritura para la producción de textos académicos. En la Universidad Técnica Estatal de Quevedo un gran número de docentes de las Carreras de Ciencias Empresariales, se quejan de lo mal que escriben los estudiantes, de lo difícil que les resulta la leer comprensivamente de manera crítica e interpretativa, convencidos de que estas dificultades los convierte en meros transcritores de la información, sin las condiciones para reformularla o incluso aplicarla de manera original a nuevas situaciones, tal como los estudios universitarios y terciarios solicitan. Es notoria la ausencia de conocimientos básicos acerca del lenguaje y la escasa frecuentación de la cultura escrita por parte de los estudiantes, lo que interpela a los niveles previos de la educación (Marín 2006).

Los datos encontrados revelan que por un que los docentes, conciben a la alfabetización académica como una función de enseñanza aprendizaje a desarrollarse en las instituciones primarias y secundarias, y que es en estas instituciones dónde el estudiante debió haber desarrollado estas destrezas y que por lo tanto no le corresponde a la universidad; sumado a esto, los docentes no están conscientes de lo importante que es que desde el abordaje de la disciplina que imparten debe insertarse estrategias que creen los escenarios para que el estudiante lea, comprenda, interprete y produzca textos escritos bajo el contexto específico de cada ciencia, y que para ello se requerirá no sólo del dominio de los contenidos de la asignatura, sino también dominio de las destrezas de transmitir el pensamiento y los nuevos conocimientos a través de la palabra escrita, conociendo las reglas gramaticales y de redacción. Para conseguir esto cada docente desde la especialidad de cada la disciplina debe coadyuvar para que estas habilidades se adquieran por parte del alumno.

Es alarmante la idea de que en pleno siglo XXI, los estudiantes sigan haciendo trabajos de investigación, sin la implementación de estándares internacionalmente aceptados como las normas y que todavía se apropien de trabajos ajenos; sin respetar el derecho de autoría, o peor aún recurran a fuentes sin ningún respaldo científico y por lo tanto nada confiables. Pero lo más alarmante es que a nivel de docencia se siga aceptando como válidos estos

trabajos y lo que es peor aún que no se haga la respectiva retroalimentación para el mejoramiento de estos trabajos.

También se evidencia que algunos docentes no están utilizando la herramienta donde el estudiante aprenda por medio de la elaboración de textos escritos, que le permitan demostrar sus fortalezas y/o debilidades en el lenguaje escrito y están aceptando como válidos para el proceso evaluativo del conocimiento, trabajos que los alumnos exponen mediante diapositivas, que no están respaldadas en lo mínimo por un verdadero trabajo investigativo (realizado en Word) y que muchas veces son copia de documentos elaborados por otras personas y que ellos se limitan nada más que a repetir estos contenidos, sin que exista el razonamiento crítico y el cuestionamiento si estos realmente están basados en una fuente de origen científico.

Se ha reconocido que el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación trae aparejada una aceleración en la naturaleza cambiante del conocimiento (Carlino 2002), pero estos cambios en realidad son positivos, ponen a disposición del usuario un conjunto infinito de conocimiento. La dificultad se presenta cuando el estudiante no domina de manera eficiente los buscadores y recurre a cualquier documento, puesto que no ha desarrollado una cultura investigadora, imprescindible en el campo universitario y en la apropiación del conocimiento de los contextos específicos de cada una de las disciplinas. El problema se profundiza en los estudiantes de ciclos superiores, ya que en los primeros ciclos, es bastante común encontrar nativos digitales, que tienen más habilidades en el uso del internet.

Por otro lado, existen estudiantes que a pesar de ser plenamente capaces, con desenvolvimientos exitosos en los centros educativos secundarios y con calificaciones altas en su periodo pre universitario, encuentran muchas dificultades a la hora de enfrentarse con la lectura y los trabajos escritos propios de la universidad. Esto es más frecuente en los primeros ciclos, aunque muchas veces se prolongan hasta niveles avanzados de la carrera, donde enfrentarse a sus proyectos investigativos y/o tesis de grado, les trae muchos inconvenientes, tanto si mismos, como a los asesores de estos proyectos; dificultándose la culminación de trabajos con un alto grado de calidad.

Los estudios han demostrado que los estudiantes universitarios en general, presentan serios problemas al momento de producir los tipos de textos académicos que les exigen en la universidad, tienen deficiencias al vincular el nuevo conocimiento con sus experiencias y saberes previos no están preparados conceptual, procedimental ni actitudinal, Carlino (2001 citada por Morales, Rincón y Romero, 2005), considerados elementos vitales en el aprendizaje y la construcción de conocimiento en la universidad (Peña 2012).

Entonces no es por coincidencia que la (UNESCO, 1993) plantea que en los salones de clases universitarios, al igual que en la educación escolar y secundaria es imprescindible promover lectura activa y asignar escritura de ensayos y redacción para fomentar la comprensión lectora y buen uso del lenguaje, Insentivar el aula interactiva donde el estudiante aprende manejando los objetos de su ambiente y aprenden interactuando con sus compañeros; en relación a la lectoescritura. En relación a la asignación de tareas, pareciera que lo importante es una buena combinación de deberes de escritura y lectura. No basta solamente con la lectura.

La lectura y la escritura no pueden desvincularse y constituyen la base fundamental para obtener conocimiento y formar un criterio; en consecuencia, la relevancia del desarrollo de la comprensión lectora y de la escritura, que en la formación académica resulta incuestionable". (Garrido 2014); Por lo tanto, escribir no es una actividad aislada en el proceso del conocimiento, (Carlino 2013).

La Escritura, la lectura y el pensamiento, son procesos intelectuales interrelacionados que determinan la el nivel de comprensión que los alumnos puedan alcanzar sobre lo que estudian. Si este nivel alcanzado es alto, ellos lograrán no solo expresar sus ideas a otros, sino también definir, desarrollar y entender esas ideas para sí mismos (Carlino 2002) Estos procesos bien combinados, llevan a la consecución de un buen escritor, un pensador crítico y un lector con discernimiento trabajando sobre estas tres actividades integradamente, derivándose en otra trilogía inseparable: la comprensión, la producción de textos y el conocimiento; entonces la habilidad lectura y escritura de textos académicos se convierten en una competencia clave para el éxito universitario.

La alfabetización académica requiere estar integrada a cada asignatura; todas y cada una de ellas, intrínsecamente además de enseñar los conceptos disciplinares especializados, deben

considerar acciones que motiven y orienten el desarrollo de habilidades de comunicación en los alumnos e impulsar actitudes y estrategias para despertar el interés y la destreza de continuar aprendiendo por su propia cuenta durante el resto de su vida como parte de la alfabetización académica y como función social de la universidad de facilitar el ingreso en las comunidades académicas. Existe una relación inseparable del pensamiento y el lenguaje escrito, ya que palabra escrita es la herramienta básica del pensamiento; para ello, es imprescindible que cada docente se haga cargo de enseñar las prácticas discursivas propias del contexto de su especialidad.

Surge aquí la necesidad que en el dictado de cada asignatura incluya actividades de composición textual, que permita escribir y aprender sobre los contenidos de cada ciencia, apropiarse de los contextos discursivos individuales de cada una de ellas e internalizar los patrones comunicacionales que sus marcos conceptuales encierran.

Es necesario entonces que los docentes brinden a sus estudiantes prácticas académico- profesionales de enseñanza aprendizaje, que les permita encontrar en las asignaturas significado y sentido, que potencien como estudiantes autónomos en su búsqueda del saber, aceptantes de los principios científicos, con mayor dominio del lenguaje y consumidores y productores del conocimiento.

La lectura, el análisis y producción de textos académicos a partir de esas lectura, son elementos indisolubles e indispensables para aprender y dar cuenta de lo aprendido (Carlino 2012); por lo tanto esta habilidad, debe ser reconocida como una herramienta poderosa que exige la consulta de muchas fuentes documentales que el estudiante debe seleccionar, comparar y valorar críticamente para formarse un juicio propio (Peña, 2010).

La práctica y la investigación educativa, tiene como fin el perfeccionamiento del aprendizaje. Pero, detrás del dominio del aprendizaje se esconde el misterio de la enseñanza. Comprenderla y desenmascarar los misterios de su práctica han constituido un persistente y formidable desafío para quienes han intentado mejorar la calidad de la enseñanza y del aprendizaje en el transcurso de los años, (Marín 2014).

En este sentido, es importante reconocer que la escritura, como manifestación del lenguaje, requiere por parte del estudiante universitario de una enorme cantidad de competencias y habilidades lingüístico comunicativas, competencias lectoras y de composición de textos

escritos, que requieren además conocer un conjunto de normas formales y gramaticales, forma correcta de expresar sus ideas o de reproducir el conocimiento, un buen dominio del vocabulario, de estrategias argumentativas y de reglas para la escritura académica como las Normas APA; así como también del uso de las tecnologías de información y comunicación. Las habilidades de comunicación oral y Escrita son fundamentales. Escribir, a su vez, implica conocer qué temas y/o marcos teóricos se discuten y cuáles son las tendencias dominantes en determinada disciplina, (Marín 2014).

De acuerdo a Carlino (2005, citada por Marín 2014), estar alfabetizado para el trabajo académico incluye el desarrollo de competencias letradas que son en su base de orden lingüístico. Es cierto que para discutir y defender ideas y posiciones epistémicas y pertenecer a una comunidad discursiva, los estudiantes deben manejar conocimientos acerca de la disciplina y acerca de los discursos de la disciplina, deben contar con capacidades de desempeños diferentes, de acuerdo a los requerimientos de las diferentes ciencias (Creme y Lea, 2003), esto se lo puede conseguir cuando se alcanza el dominio de las competencias letradas básicas dentro de sus propios contextos.

Lamentablemente la realidad es que la gran mayoría de los estudiantes a pesar de haber concluido sus estudios secundarios no desarrollaron las habilidades requeridas para la interpretación de textos, imprescindible para un buen desempeño académico universitario.

Desde esta mirada, (Marín 2014)., afirma que la alfabetización académica, se caracteriza, a su vez, por ser un proceso de adquisición de un conjunto de conocimientos lingüísticos y de estrategias cognitivas necesarias para interpretar y producir textos académicos dentro del contexto de estudio de las diferentes disciplinas.

La calidad que los docentes, insertan a sus tareas, conjuntamente con el ambiente de trabajo que logran generar en las aulas se clases, juegan un papel muy importante y son el reflejo de los resultados obtenidos en el proceso de educación.

Es necesario priorizar estratégicamente la atención a los docentes, en los procesos de transformación de la educación no sólo como implementadores del cambio sino como sujetos activos y comprometidos del mismo. La tarea universitaria requiere formar profesionales críticos, reflexivos, autocríticos, propositivos, innovadores, investigadores;

comprometidos con las transformaciones sociales y para ello debe tener docentes preparados (Aguilar, 2016).

Si los docentes se comprometen en actividades de escritura en el transcurso de la acción, se generarán procesos reflexivos, los cuales los conducirán a una toma de conciencia acerca de cómo es su proceso como escritor y de qué cambios se deben operar en ellos para convertirse en usuarios competentes de la lengua escrita (Pirsch consultores 2009).

Se reconoce que los profesores de cada disciplina pueden no tener la experiencia para enseñar a leer y a escribir en la universidad, o no estar al corriente de las investigaciones en alfabetización terciaria, que son relevantes para favorecer las habilidades correspondientes. Por ello, la institución, deberá proveérseles recursos adecuados para el desarrollo profesional, que permitan implementar esta ventaja (Carlino 2002).

La capacitación y formación del docente, juegan un papel preponderante dentro de esta transformación para que el maestro pueda cumplir a cabalidad su rol en la sociedad: contribuir al desarrollo integral del educando. Para que este desarrollo se produzca en forma permanente, el alumno deberá adquirir habilidades en muchos aspectos. Dentro de éstos, los más relevantes son el uso adecuado de la lengua oral y la lengua escrita (Domínguez 2006).

Es por ello imprescindible, que las instituciones de Educación Superior, incorporen en su currículo suficientes estrategias que le brinden al estudiante la posibilidad de subsanar las deficiencias generadas a lo largo de su proceso educativo en cuanto al desarrollo del lenguaje, en general, y al de la lengua escrita, en particular (Domínguez 2005). El aprendizaje de estas destrezas lingüístico-comunicativas requerirá incluir como requisito sine qua non el uso de TIC.

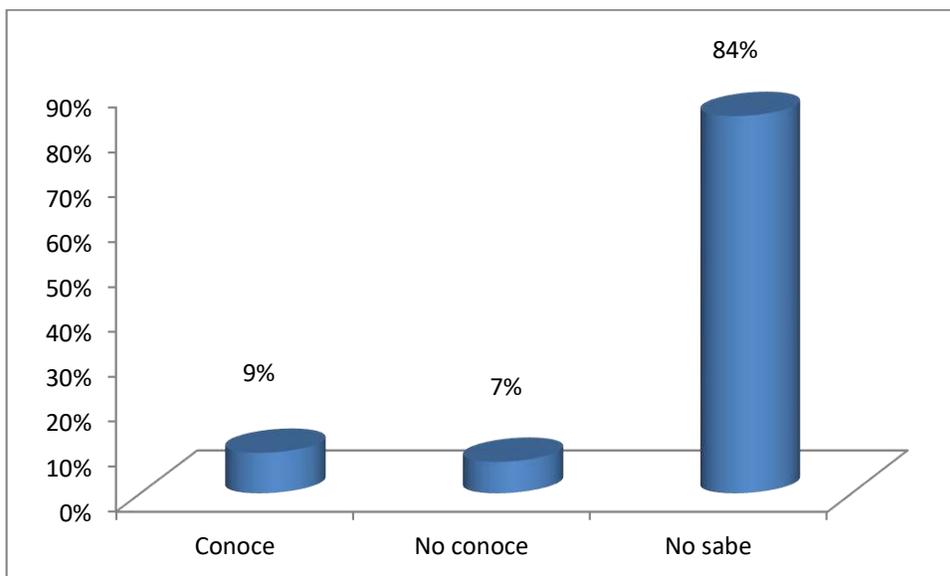
Es necesario tener conciencia entonces, La responsabilidad para lograr altos estándares de alfabetismo académico es compartida por varios grupos dentro de la comunidad universitaria, incluye de forma inseparable, a los estudiantes, los docentes y a las universidades, cada cumple un rol. El trabajo conjunto de estos tres componentes deben su existencia: entregar a la sociedad y el mundo, los nuevos conocimientos que estos demandan de manera irrefutable e impostergable.

La universidad en su conjunto y sus integrantes de forma individual deben comprometerse con la alfabetización superior de los alumnos (Carlino 2003). Para ello, las instituciones universitarias deben asumir el problema como algo propio y proponer estrategias formativas orientadas explícitamente al desarrollo de estas competencias.

4. RESULTADOS

Del estudio realizado a los estudiantes de las carreras (Economía, Contaduría Pública, Administración Financiera, Gestión Empresarial y Marketing) de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo y a los docentes del mismo contexto, se pudo determinar en términos generales que existe un desconocimiento del significado de lo que es la Alfabetización Académica

Gráfico 1. Conocimiento del término Alfabetización Académica

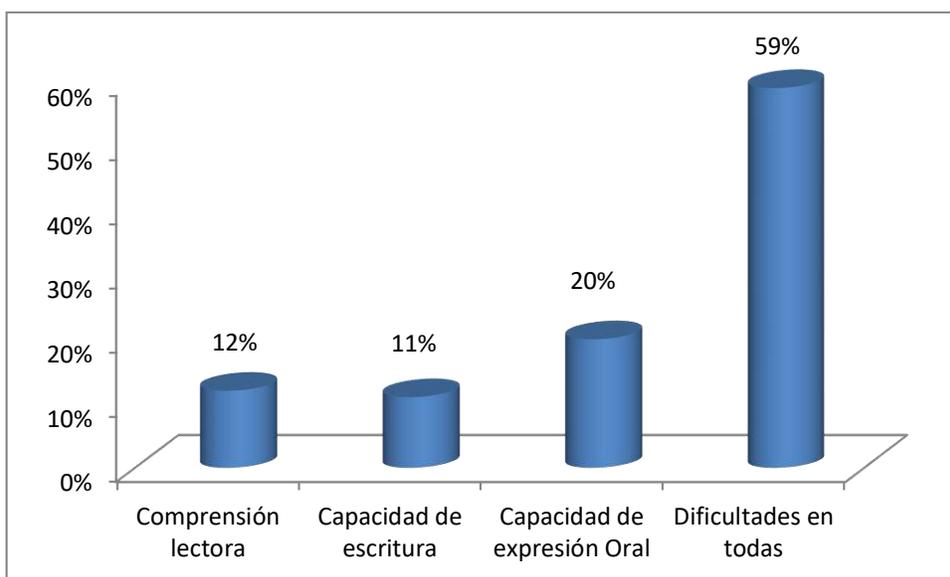


De lo consultado tanto a docentes como a estudiantes se determina que el 5% de la población consultada conoce y además sabe a qué se refiere la Alfabetización Académica, mientras que el 7% de ellos declara que no conoce el termino, un importante porcentaje manifiesta que no sabe a qué se refiere el termino Alfabetización Académica, la mayoría lo

asocia con dificultades en la primaria o secundaria, siendo esto notorio el nivel de desconocimiento que tiene que ser suplido a nivel superior.

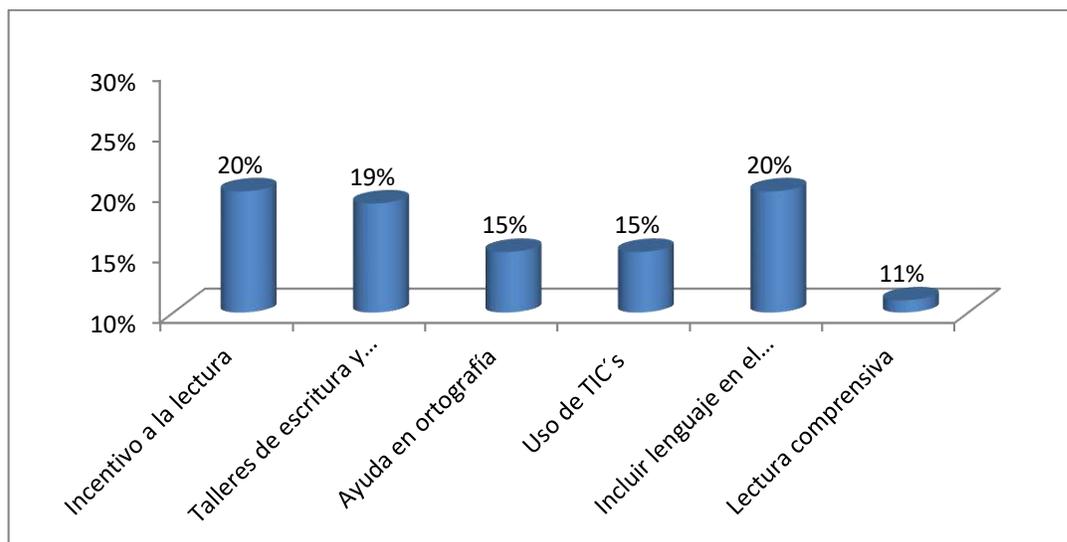
De lo expresado por los estudiantes se nota claramente en el gráfico # 2, que los estudiantes consideran que tienen dificultades tanto en la comprensión lectora en un 12%, capacidad para escribir correctamente en un 11%, dificultades en la expresión oral con un 20% acorde al criterio de los encuestados, sin embargo en el criterio de estos el 59% consideran en resumen que tienen deficiencias en todas estas opciones, recalcando que hay un desconocimiento en términos generales de la Alfabetización Académica.

Gráfico 2. Caracterización de los alumnos en el lenguaje



En este sentido y socializado el término con los estudiantes y profesores en consenso manifiestan que las medidas para mejorar estos estándares serían las siguientes realidades o necesidades que observan los participantes de este estudio.

Gráfico 3. Opciones para reforzar la Alfabetización Académica



Se observa en el gráfico 3, que en la institución para superar las dificultades del lenguaje para textos, folletos, ensayos entre otros se debe potenciar en la actividad académica los siguientes aspectos; incentivo a la lectura e incluir en el pensum la unidad de lenguaje, con un importante participación se observó que el 20% respectivamente, que los consultados consideran importante estos eventos; de la misma forma con 19% de los participantes se observa que los talleres de escritura y lectura fomentan un mejor proceso de Alfabetización Académica, de igual manera, se observó, el tema ayuda en ortografía y uso de las TIC's con una participación del 15% respectivamente, además de trabajos con lecturas comprensivas ayudan a mejorar el proceso.

Los estudiantes deben romper los prejuicios que tienen sobre la lectura y la escritura académica, como prácticas que cumplen sólo por obligación lejanas a sus intereses y sus formas de pensar, ya que; los limita para expresar sus ideas con mayor libertad. Además de incidir negativamente en su motivación, esto genera en ellos temores e inseguridad y que pueden generar dificultades en su desempeño académico y a no reconocer la lectura y la escritura como herramientas poderosas para el aprendizaje de nuevos conocimientos, que les permitan tener una mejor visión del mundo que les rodea y encontrar soluciones a los problemas de la sociedad.

Los profesores deben facilitar la alfabetización terciaria a través de indicar estándares apropiados y modelar las habilidades de comunicación y el discurso de las disciplinas. Asimismo, tendrán que proveer una adecuada retroalimentación a las producciones de los estudiantes para ayudarles a mejorar sus habilidades de lectura y escritura o superar sus carencias. Partiendo de la idea de que el objetivo de cada asignatura no consiste solo en promover la acumulación del conocimiento, sino también su comprensión y elaboración crítica, y que los profesores no pueden desligarse, para que esto efectivamente ocurra.

La universidad por su parte debe respaldar estas acciones, mediante la implementación de un programa permanente de apoyo a los profesores de cada asignatura, en el que se les ayude a rediseñar sus currículos para integrar actividades de alfabetización académica y estrategias de aprendizaje, encaminado al desarrollo integrado del lenguaje. Cada disciplina constituye una particular cultura escrita, con prácticas de interpretación y producción textual con características diferentes. Esta función de las instituciones de estudios superiores va a ayudar a los alumnos a ingresar a las comunidades discursivas, estableciendo la necesidad de que cada materia se ocupe de la alfabetización académica de sus estudiantes y exige la enseñanza de las competencias de cada asignatura.

5. CONCLUSIONES

- La alfabetización académica es una responsabilidad que la universidad no puede evadir. La universidad Técnica Estatal de Quevedo, no le ha dado la importancia necesaria a esta y por tanto no está consciente de que a nivel institucional, no está cumpliendo a carta cabal con este deber intrínseco de la educación superior.
- Los docentes de las carreras de ciencias empresariales, de la Universidad estatal de Quevedo, en un número importante, no consideran que como formadores de futuros profesionales, les compete la tarea de preparar a los estudiantes universitarios para el aprendizaje y puesta en práctica de las habilidades de lectoescritura y producción de textos académicos y científicos tampoco está consiente que, la alfabetización académica es la propuesta irrenunciable de la educación del tercer nivel a nivel mundial, relegando desacertadamente esta responsabilidad, a las instituciones

secundarias, de enseñanza y aprendizaje de estas destrezas, antes de llegar a la universidad.

- Los estudiantes tienen unas grandes falencias para escribir textos académicos, por cuanto no han desarrollado las habilidades de lectoescritura y todas las competencias lingüísticas comunicativas, que la práctica de estas habilidades necesita, antes de ingresar a la universidad; por lo tanto les corresponde a las instituciones de educación búsqueda culpables, de las desventajas lingüísticas comunicativas con que llegan los estudiantes a sus campus de estudio.
- El aprendizaje de nuevos conocimientos y la comunicación de los mismos no es posible si no se desarrollan destrezas de lectoescritura, es decir que son procesos inseparables, que exigen a los estudiantes adquirir competencias que les permitan dentro de cada disciplina, discurso y contexto propios de cada ciencia, el abordaje exitoso de los contenidos que ellas entrañan, para ello deben contar con el apoyo permanente tanto de sus docentes como de la institución.
- Se hace necesario que la institución cumpla su rol en la alfabetización académica y que incorpore programas permanentes de capacitación de docentes en el manejo de los currículos, para que estos se encaminen desde hoy y para siempre a alfabetizar académicamente, de manera eficiente a los estudiantes universitarios, es decir, desde estos frentes, se priorice de manera urgente la solución de los problemas y se propicie el cumplimiento de esta función.

BIBLIOGRAFÍA

LACO, L; NATALE, L y ÁVILA, M. La lectura y la escritura en la formación académica, Sarmiento Argentina. Editorial de la Universidad Tecnológica Nacional 2012; ISSB 978-987-27056-9-5.

AGUILAR, R. (2016) Escuela superior de formación de maestros. Ministerio de Educación Estado Plurinacional de Bolivia.

CARLINO, P. Alfabetización Académica diez años después. Revista mexicana de investigación educativa, vol. 18, núm. 57, 2013, pp. 355-381. Distrito Federal México ISSN: 1405-6666.

CARLINO, P. Alfabetización Académica, un cambio necesario, algunas alternativas posibles. Comunicación libre en el tercer encuentro; La universidad como objeto de investigación, Dpto. De sociología, universidad nacional de la plata, 2002. Educare Argentina.

CARLINO, P. Alfabetización Académica: Un Cambio Necesario, algunas Alternativas Posibles. Revista Educere, vol. 6, núm. 20, enero-marzo, 2003, pp. 409-420; ISSN (Versión impresa): 1316-4910Venezuela.

DOMINGUEZ, M. habilidades escriturales. Sapiens. Revista Universitaria de investigación. Vol. 7, núm. 1, junio, 2006, pp. 163-179,;k Caracas Venezuela SSN: 1317-5815.

GARRIDO, F. Leer y escribir para ingresar a la educación superior. Revista de la educación superior, vol.43, No.172. México 2104; ISSN 0185-2760.

GATTI, A y GRINSZTAJN, F. Alfabetización académica, formación docente y gestión de la enseñanza en la universidad. XIV Coloquio internacional sobre gestión universitaria, Editorial de la Universidad Tecnológica Nacional 2014.

MARÍN, M. Alfabetización académica temprana. Revista latinoamericana de lectura, vol. 27, No. 4. 2006; ISSN 0325-8637.

MORALES, O; RINCÓN, G y ROMERO, J. Cómo enseñar a investigar en la universidad. Revista venezolana de Educación (Educere). V.9n.29 Meridan, jun. 2005; ISSI 1316-4910.

PEÑA, L. (2010). Aprender a leer en la universidad. Disponible en:
<http://www.javeriana.edu.co/prin/library/node/192>.

PIRSCH CONSULTORES (2009) Ensayo de tecnologías educativas siglo xxi. México. Disponible en:<http://pirsch.blogspot.com/>.

UNESCO. (1993). Proyecto principal de educación en América Latina y el Caribe. Santiago de Chile.

010. PROPUESTA PEDAGÓGICA BASADA EN EL CONSTRUCTIVISMO PARA EL USO DE LAS TIC EN LA ENSEÑANZA Y EL APRENDIZAJE DE LA MATEMÁTICA.

Autor:

Ing. Franklin Calderón Quijano, MBA

Docente de la Universidad Tecnológica ECOTEC,

Vicerrector y Director de Área de Matemática de la Unidad Educativa Ecomundo en la ciudad de Babahoyo.

RESUMEN

Hoy en día se ha visto transformada la actividad pedagógica de los docentes dado que las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) están presentes en todos los ámbitos de la enseñanza de las ciencias, y particularmente en el proceso enseñanza-aprendizaje de la matemática. Este artículo presenta una revisión bibliográfica que permite brindar respuesta a cuestionamientos tales como ¿qué implicaciones tiene el constructivismo en la enseñanza de la Matemática? y ¿cómo se pueden concatenar el constructivismo, la práctica pedagógica y la enseñanza de las matemáticas con la utilización de las TIC? Lo anterior permite establecer una propuesta pedagógica que sustenta el uso de las TIC como soporte al proceso de enseñanza, y las transforma como medio para crear un ambiente apropiado que beneficie el aprendizaje de la matemática a través de proyectos.

PALABRAS CLAVE: Constructivismo, Matemática, Práctica pedagógica, Tecnologías de información y comunicación.

ABSTRACT

Today has been transformed pedagogical activity of teachers as the Information and Communication Technologies (ICT) are present in all areas of science education, and particularly in the teaching-learning process of mathematics. This article presents a literature review that allows provide answers to questions such as: What implications does constructivism in teaching mathematics? and how you can concatenate constructivism, pedagogical practice and teaching of mathematics with the use of ICT? This allows for a pedagogical approach that supports the use of ICT to support the teaching process and transforms them as a means to create an appropriate environment conducive to mathematics learning through projects.

KEY WORDS:

Constructivism, Mathematics, Teaching practice, Information and Communication Technologies.

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente en los diferentes ámbitos de la sociedad las TIC están presentes, en el campo de la educación se afirma que, aunque la inclusión de estas tecnologías ha sido lenta, hay innumerables investigaciones que sustentan la importancia de su uso. Ya no se afirma y se cuestiona sobre su necesidad, sino sobre las diferentes ventajas

que ofrece su utilización y que contribuyen enriquecer el proceso de enseñanza–aprendizaje, su incidencia en la cognición y procesos del pensamiento de los alumnos y la manera como enormemente impactan en la reestructuración del currículo educativo.

Sumado a estos estudios se buscan teorías, enfoques, metodologías y propuestas de enseñanza y aprendizaje que sustentan las acciones y funciones a seguir por parte de los docentes que enseñan matemáticas en diferentes niveles educativos para mejorar la calidad. Aquí, surgen preguntas como: ¿Se están preparando los docentes para que utilicen las TIC en todos los ambientes de aprendizaje? ¿Cuáles son los roles y cuáles son las funciones de los docentes que incorporan las TIC a su práctica pedagógica? ¿Qué implicaciones tiene el constructivismo en Matemática? Con el propósito de responder a estas interrogantes, este artículo ofrece una revisión bibliográfica sobre el constructivismo y lo vincula con la práctica pedagógica en Matemática, apoyada en el uso de las TIC.

El presente trabajo inicia con la definición, principios y postulados del constructivismo. Luego refiere sus implicaciones en la enseñanza de las Matemática y hace hincapié en la definición de práctica pedagógica, formulando su rediseño en la creación de ambientes de aprendizaje y en el establecimiento de competencias por los docentes. Posteriormente, trata las TIC con énfasis en el principio de la tecnología que propuso el Consejo Estadounidense de Profesores de Matemática (NCTM); realza el papel de la tecnología en el aprendizaje y la enseñanza efectiva; señala cómo usar las TIC con un enfoque constructivista, y presenta un ejemplo a través del Aprendizaje por Proyectos (APP), explicando sus ventajas.

2. CONSTRUCTIVISMO: UNA PROPUESTA EPISTEMOLÓGICA

Coll (1999) señala que *"se ha dicho varias veces que la concepción constructivista no es en sentido estricto una teoría, sino más bien un marco explicativo que, partiendo de la consideración social y socializadora de la educación escolar, integra aportaciones diversas cuyo denominador común lo constituye un acuerdo en torno a los principios constructivistas"*. Asimismo, dice que existen diversas perspectivas sobre cómo el aprender se construye, lo cual implica a definir el constructivismo desde diferentes miradas.

En este artículo se concibe al constructivismo como una propuesta epistemológica que surge en oposición al positivismo del conductismo y el procesamiento de la información; además, que se basa en la concepción que la realidad es una construcción interna, propia del individuo. Dicha forma de ver el constructivismo, indica Sánchez (2000), está justificada desde la perspectiva del uso de las tecnologías de información y comunicación para la construcción del conocimiento.

El siguiente cuadro (Cuadro I) muestra aportes y concepciones constructivistas de cuatro autores muy conocidos en los procesos de aprendizaje y enseñanza de las ciencias. Todos estos postulados convergen en precisar que el alumno es el principal protagonista de su propio aprendizaje. Sin embargo, existe una serie de factores como la cultura, el entorno social, manejo del lenguaje, desarrollo personal y otros que permiten que el cómo se aprende adquiera visiones diferentes.

Cuadro I

Posturas Constructivistas:			
Socio - Cognitivo	Cognitivo	Radical	
Vigotsky	Piaget	Maturana	Von Glaserfeld
<p>1 El aprendizaje y el desarrollo es una actividad social y colaborativa que no puede ser enseñada a nadie. Depende del estudiante construir su propia comprensión en su propia mente.</p> <p>2 La zona de desarrollo próximo puede ser usada para diseñar situaciones apropiadas durante las cuales el estudiante podrá ser provisto del apoyo apropiado para el aprendizaje óptimo.</p> <p>3 Cuando es provisto por las situaciones apropiadas, uno debe tomar en consideración que el aprendizaje debería tomar lugar en contextos significativos; preferiblemente donde el conocimiento va a ser aplicado.</p>	<p>1 El rol más importante del profesor es promover un ambiente en el cual el niño pueda experimentar la investigación de forma espontánea.</p> <p>2 El aprendizaje es un proceso activo en el cual se cometerán errores y las soluciones serán encontradas.</p> <p>3 El aprendizaje es un proceso social que debería suceder entre los grupos colaborativos con la interacción de los pares en escenarios lo más naturalmente posible.</p>	<p>1 Los seres vivos reconocen la información para auto organizarse internamente.</p> <p>2 Este proceso de la auto organización produce el reconocimiento de la realidad desde muchos dominios y en relación particular a cada observador</p> <p>3 Relación observador – observado: es crítico el entendimiento de lo que se dice de la realidad procede siempre de un observador.</p> <p>Experiencia vital humana: la experiencia es el mecanismo del conocimiento.</p>	<p>1 la realidad es percibida a partir de su construcción por el sujeto perceptor. Este principio obliga a una reformulación de todas las bases tradicionales del conocimiento para afectar a su raíz. No es una teoría más , sino un punto de partida radical.</p> <p>2 No hay una realidad racionalmente accesible: Existe un mundo completamente externo por el cual verificamos las afirmaciones del conocimiento, o la verdad reside exclusivamente en lo que los grupos individuales construyen</p>

Elaboración propia

La teoría constructivista postula que el saber, sea de cualquier naturaleza, lo elabora el aprendiz mediante acciones que hace sobre la realidad. Podemos afirmar, que la filosofía constructivista hará énfasis en cómo los aprendices construyen los conocimientos en función de sus experiencias previas, estructuras mentales y creencias o ideas que ocupan para interpretar objetos y eventos.

Von Glaserfeld (1990) afirma: *"el saber es construido por el organismo viviente para ordenar lo más posible el flujo de la experiencia en hechos repetibles y en relaciones relativamente seguras"*. Este aspecto debería ser tomado en cuenta por los docentes, quienes encuentran en la concepción constructivista un marco teórico para analizar y fundamentar muchas de las decisiones que toma en la planificación de sus actividades y práctica docente.

Cada una de las posturas constructivistas se guía por los siguientes principios:

- El conocimiento no es pasivamente recibido e incorporado a la mente del alumno, sino activamente construido.
- Sólo el sujeto que conoce construye su aprender.

- La cognición tiene función adaptativa y para ello sirve la organización del mundo experiencial.
- La realidad existe en tanto existe una construcción mental interna interpretativa del que aprende.
- Aprender es construir y reconstruir esquemas, modelos mentales.
- Aprender es un proceso individual y colectivo de diseño y construcción/reconstrucción de esquemas mentales previos como resultado de procesos de reflexión e interpretación.

3. CONSTRUCTIVISMO Y SUS IMPLICACIONES EN LA ENSEÑANZA DE LA MATEMÁTICA

Piaget considera que existen dos poderosos motores que hacen que el ser humano mantenga ese desarrollo continuo de sus estructuras cognitivas: la adaptación y el acomodamiento. Al juntar estos elementos, se puede conocer la importancia de vincular un marco teórico con la práctica pedagógica que ha de ejercer un docente, al enseñar los contenidos matemáticos en el aula.

Una postura constructivista no sólo permite advertir las dificultades que suelen tener los alumnos para aprender, sino también aporta una guía para desarrollar estrategias de enseñanza y aprendizaje más eficientes, empleando un proceso de enseñanza donde el protagonista central es el alumno, considerando sus intereses, habilidades para aprender y necesidades en el sentido más amplio.

El alumno que aprende matemáticas desde un punto de vista constructivista debe construir los conceptos a través de la interacción que tiene con los objetos y con otros sujetos. Para que el alumno pueda construir su conocimiento y llevar a cabo la interacción activa con los objetos matemáticos es preciso que dichos objetos se presenten inmersos en un problema, no en un ejercicio.

El constructivismo como postura epistemológica que adoptan los investigadores de matemática es coherente con lo observable en el desarrollo mental de los individuos; sin embargo, afirma Larios (1998), en el momento en que se quiere aplicar esta teoría a la enseñanza de la matemática se tiene un salto mortal; por tanto, si se quiere aplicar el constructivismo en la enseñanza el docente debe ser cauteloso.

El hecho de que los docentes no conozcan la teoría constructivista impide que la apliquen en forma adecuada, con lo cual se pierde la posibilidad de que hagan un estudio sistemático de su uso o, peor aún, se genera una adaptación ineficiente por las características cambiantes de los grupos de educandos. Por tanto, no sólo el conocimiento de la teoría constructivista permite que su uso, aplicación, implementación, estudio, análisis y evaluación sea lo más eficiente y real posible, sino también la ejecución efectiva de la práctica pedagógica que todo docente de matemática debe efectuar para combinar dos elementos esenciales en su acción: teoría y práctica.

Aplicar este tipo de propuestas conlleva a que el docente realice un esfuerzo mayor al que normalmente está acostumbrado, pues necesita romper su esquema de transmisor de conocimientos y convertirse en un organizador, coordinador, asesor y director del proceso de adquisición del conocimiento, el cual le pertenece primordialmente al alumno.

4. HACIA LA TRANSFORMACIÓN DE LA PRÁCTICA PEDAGÓGICA

Se concibe a la práctica pedagógica como el conjunto de actividades que permiten planificar, desarrollar y evaluar procesos intencionados de enseñanza mediante los cuales se favorece el aprendizaje de contenidos (conocimientos, habilidades, actitudes y valores) por parte de personas que tienen necesidades de formación (Marcelo, 2011).

La práctica pedagógica incluye a todos aquellos procesos en los cuales se desarrolla la enseñanza con la intención de favorecer el aprendizaje. Está vinculada siempre y necesariamente a una teoría pedagógica. Dichas situaciones no son accidentales o casuales; están planificadas y representan lo que se llaman *ambientes de aprendizaje* (Marcelo, 2001). Enseñar y aprender, por tanto, son dos términos unidos por una sola intención: producir construcción y apropiación de conocimiento y competencia.

Por otro lado la práctica pedagógica tradicional, generalmente ha consistido en la actividad planificada y desarrollada por parte de un profesor especialista en una determinada área curricular, el mismo que posee conocimientos didácticos con relación a como transmitir su saber, sin embargo la práctica pedagógica actual es concebida como toda orientación que dada en el momento oportuno, permite al alumno continuar progresando en su proceso de aprendizaje y que utiliza todos los medios disponibles para favorecer y orientar este proceso, sin renunciar a ninguno de ellos (Marcelo, 2011).

Indistintamente, sea cual fuere la práctica pedagógica que asuma cada docente, lo relevante del modelo constructivista radica en que el verdadero artífice en la construcción del conocimiento no es el profesor ni la computadora, sino el alumno.

El rediseño de la práctica pedagógica implica que la instrucción deba basarse en el uso de casos prácticos que proporcionen experiencias de aprendizaje ricas, diversas y contextualizadas. La tarea de los docentes y formadores es diseñar ambientes de aprendizaje que ayuden a los alumnos a aprender; por tanto, hay que procurar que el aprendizaje sea, como plantea Marcelo (2011):

Activo: Los alumnos ya no son pasivos, son partícipes en la construcción del conocimiento y deben desarrollar habilidades como la capacidad de búsqueda, análisis y síntesis de la información.

Autónomo: Se debería propiciar la capacidad de aprender en forma autónoma. Ello significa que no hay que ofrecerlo todo; es preciso que haya áreas de conocimiento que indaguen los propios alumnos.

Colaborativo: El alumno tiene que desarrollar habilidades para relacionarse con los demás: saber escuchar, respetar a los demás, saber comunicar sus ideas, etc.

Constructivo: La nueva información se elabora y construye sobre la anterior.

Orientado a metas: Los objetivos de aprendizaje se hacen explícitos y el alumno tiene facilidad para elegir el camino que quiere seguir para alcanzar estas metas.

Diagnóstico: Con un diagnóstico inicial se conoce el punto de partida de los alumnos, de forma que se puedan ir haciendo evaluaciones y comprobar el progreso en su aprendizaje.

Reflexivo: Se favorece la reflexión si los alumnos tienen la oportunidad de ir tomando conciencia sobre cómo aprenden, a fin de introducir mejoras en dichos procesos.

Centrado en problemas y casos: Estrategias en el proceso de enseñanza y aprendizaje, lo cual ofrece nuevas alternativas para facilitar el conocimiento.

Para alcanzar dichos tipos de aprendizaje en los alumnos, se debe repensar el perfil y las tareas del docente que va a hacer uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Marcelo (2011) apunta que el docente debe poseer competencias en al menos tres áreas:

Competencias tecnológicas: El docente debe alcanzar un nivel óptimo de autonomía en el manejo de las herramientas de creación que le permitirán canalizar su formación a través de las aplicaciones de internet.

Competencias didácticas: Conocimiento de las teorías de aprendizaje y sus principios, crear materiales y plantear tareas relevantes para la formación del alumno, las cuales estén relacionadas con sus experiencias y sean aplicables a situaciones específicas.

Competencias tutoriales: Abarcan tanto a las habilidades de comunicación como a las capacidades de adaptación a las condiciones y características de los usuarios, y de trabajo y constancia en las tareas de seguimiento, creando un entorno social agradable en que se promuevan relaciones óptimas entre los participantes (sentido de grupo) y trabajen hacia un objetivo común. Además, que tengan mentalidad abierta para aceptar propuestas, sugerencias e introducir reajustes en la planificación inicial del curso.

Las competencias pedagógicas que debe poseer el docente al incorporar las TIC para mejorar el proceso de enseñanza y facilitar el aprendizaje de las ciencias en general, y de las matemáticas en particular son:

- Demostrar una mayor comprensión de las oportunidades e implicaciones del uso de las TIC en la enseñanza y el aprendizaje dentro del contexto del plan de estudios.
- Planificar, implementar y dirigir el aprendizaje y la enseñanza en un entorno de aprendizaje más flexible y abierto, así como evaluar cada proceso.

Las TIC ofrecen poderosas herramientas para apoyar la comunicación tanto dentro de los grupos de aprendizaje como fuera del salón de clase. El rol del docente se extiende al de facilitador de la colaboración y el trabajo en red entre comunidades locales y mundiales. Tal expansión de las comunidades de aprendizaje más allá de los límites del salón de clase requiere que se respete la diversidad, incluyendo la educación intercultural y el acceso igualitario a los recursos electrónicos de aprendizaje.

Durante este proceso, los docentes:

- Participarán de modo efectivo en entornos de aprendizajes flexibles y abiertos, tanto en el rol de docentes como en el de alumnos.
- Crearán o desarrollarán redes de aprendizaje que traerán beneficios tanto a la profesión docente como a la sociedad.
- Ampliarán el acceso a la educación y brindarán oportunidades de aprendizaje a todos los miembros de la comunidad, incluyendo a aquellos con necesidades especiales.
- Aplicarán los códigos de práctica legal y moral, entre ellos el respeto a los derechos de autor y a la propiedad intelectual.
- Reflexionarán y discutir acerca del impacto de la nueva tecnología en la sociedad actual, tanto en el ámbito local como en el mundial.
- Usarán y seleccionarán, entre una variedad de recursos tecnológicos, los más adecuados para mejorar su efectividad personal y profesional.
- Actualizarán voluntariamente sus habilidades y conocimientos para acompañar los nuevos desarrollos y nuevos desafíos.

Con base en lo anteriormente expuesto, se puede afirmar que toda práctica pedagógica necesita estar en consonancia no sólo con los contenidos académicos a desarrollarse en el aula de clases, sino también con los cambios curriculares que en la educación se están dando en todos los niveles y en todas las áreas del saber. Por tanto, en el seno de la matemática educativa también se requiere hacer una revisión profunda.

Los docentes, desde la perspectiva de la enseñanza y el aprendizaje de las matemáticas, tienen que estar conscientes que las TIC les dan posibilidades de acceso a recursos, disponibles en línea o no, que utilizan una combinación de herramientas y elementos donde encuentran soporte para el manejo de audio, video o gráficos que favorecen el aprendizaje si las estrategias de enseñanza están diseñadas para garantizar el uso apropiado de dichas tecnologías.

5. INCORPORACIÓN DE LAS TIC PARA REALZAR EL APRENDIZAJE Y APOYAR LA ENSEÑANZA DE LA MATEMÁTICA

Las TIC permiten apoyar a las investigaciones de los alumnos en varias áreas de las matemáticas, como números, medida, geometría, estadística, álgebra, pues se espera

que cuando dispongan de ellas logren concentrarse en tomar decisiones, razonar y resolver problemas. La existencia, versatilidad y poder de las TIC hacen posible y necesario reexaminar qué matemáticas deben aprender los alumnos, así como examinar la mejor forma en que puedan aprenderlas.

Al conocer los beneficios del uso de la tecnología en la enseñanza y el aprendizaje de las matemáticas, y tras revisar cómo usarla con un enfoque constructivista; es relevante el contenido matemático que desarrollará el docente al ocupar las TIC. Esto concierne a qué se debe abordar desde el punto de vista de los contenidos para que haya una comprensión del conocimiento matemático, mientras el docente usa las tecnologías de información y comunicación en sus prácticas pedagógicas.

Una propuesta pedagógica que aplica el empleo de las TIC con un enfoque constructivista en la enseñanza de la matemática es el Aprendizaje por Proyectos (ApP), al que se conocía hace algunos años como *aprendizaje por problemas*. El cambio se debió a que el *aprendizaje por problemas* tenía un enfoque específico (abordaba un solo problema

a la vez), mientras que el Aprendizaje por Proyectos soluciona diversos y numerosos problemas.

El ApP tiene como rasgo fundamental que cada proyecto no se enfoca a aprender *acerca* de algo, sino en *hacer* algo; es decir, involucra una acción.

El Aprendizaje por Proyectos tiene como objetivos:

Desarrollar competencia. Para los estudiantes, el objetivo del proyecto es aumentar su conocimiento y habilidad en una disciplina o en un área de contenido interdisciplinario. Con frecuencia, cuando el alumno realiza un proyecto alcanza un nivel de habilidad elevado en el área específica que está estudiando y hasta puede convertirse en la persona que más sabe sobre un tema específico. Algunas veces, su nivel de conocimiento puede exceder al del profesor.

Mejorar las habilidades de investigación. El proyecto requiere de aptitudes para investigar y ayuda a que se desarrollen.

Incrementar las capacidades mentales de orden superior. Capacidad de análisis y síntesis. Esto se logra cuando el proyecto es retador y va enfocado a que los estudiantes desarrollen tales habilidades.

Aprender a usar las TIC. Los alumnos incrementan el conocimiento y habilidad que tienen en las TIC a medida que trabajan en el proyecto. Un proyecto puede diseñarse con el objetivo específico de alentar en los estudiantes la adquisición de nuevas habilidades y conocimientos en las tecnologías.

Aprender a autoevaluarse y evaluar a los demás. Los estudiantes aumentan su habilidad de autoevaluación, con lo que se responsabilizan de su trabajo y desempeño. También aprenden a evaluar el trabajo y desempeño de sus compañeros y a darles retroalimentación.

Desarrollar un portafolio. Requiere que los estudiantes hagan un proyecto, una presentación o una función de alta calidad que forme parte del grado escolar que cursen.

Comprometerse en un proyecto. Los alumnos se comprometen activa y adecuadamente a realizar el trabajo del proyecto, de ahí que se encuentren motivados de manera interna: tal es una meta del proceso. El profesor puede efectuar observaciones diarias que permitan establecer si el estudiante tiene un compromiso con la tarea o si muestra una colaboración ejemplar.

Ser parte de una comunidad académica. Todos los estudiantes, profesores o grupo social se convierten en una comunidad académica donde se trabaja de manera cooperativa y se aprende uno de otro. Esta comunidad se expande para incluir a padres, alumnos de otras aulas y otras personas.

Trabajar en ideas que son importantes. El proyecto debe enfocarse a temas que tengan continuidad y sean relevantes para el profesor, el colegio y demás miembros de la comunidad. Por ejemplo, el trabajo interdisciplinario tiene que perfilarse como una de las metas que conformen los proyectos.

Desde el punto de vista del estudiante, el ApP promueve su motivación intrínseca; estimula el aprendizaje colaborativo y cooperativo; permite que le haga mejoras continuas; está diseñado para que el alumno se comprometa activamente en *hacer* cosas, en lugar de sólo aprender *sobre* algo, pues implica que realice una presentación o actuación; es retador, y va enfocado a las habilidades mentales de orden superior.

En cuanto a la perspectiva del docente, el ApP posee contenido y objetivos auténticos (del mundo real); utiliza una evaluación centrada en la valoración del desempeño; es proporcionado por el profesor; sus metas educativas son explícitas; afianza sus raíces en el constructivismo, y está diseñado para que el profesor también aprenda.

6. CONCLUSIÓN

Tomando en cuenta la relación que puede existir entre el constructivismo, la práctica pedagógica y la enseñanza de las matemáticas promovida por los docentes que ocupan las TIC, se establece que:

– Las teorías relacionadas con la innovación en la educación sugieren que las tecnologías actúan como catalizadoras del proceso de cambio. Tal efecto ayuda a producir una modificación en los métodos y procedimientos que utiliza un profesor, facilitando la adopción de estrategias pedagógicas diferentes que, eventualmente, son más efectivas.

– En cuanto al aprendizaje, las tendencias actuales coinciden en argumentar a favor de enfoques constructivistas del aprendizaje, donde el alumno realiza actividades y proyectos que le permiten comprender los procesos y principios subyacentes. Estas tendencias implican que no basta con presentar un conjunto de contenidos, sino se deben entregar los medios necesarios para desarrollar actividades que tengan sentido

para los alumnos en sus propios contextos y faciliten el desarrollo de habilidades superiores.

– Desde la perspectiva de la didáctica de la matemática, como bien señala Brousseau (1998), los conocimientos pueden aparecer en situaciones originales, pero los saberes culturales están asociados necesariamente a prácticas sociales que les sirven de referencia. De esta manera, conociendo las bondades de las TIC en el área del aprendizaje y la enseñanza de las matemáticas, aunado a la concepción del constructivismo como postura epistemológica en la que el alumno es responsable de su propio aprendizaje, se establece que la práctica pedagógica de los docentes debe ir en consonancia con los cambios curriculares, donde los roles y funciones de los profesores se ven modificados siguiendo los cambios sociales.

– El conocimiento didáctico tiene unos conocimientos disciplinares de referencia que se estructuran en tres ejes: noción de currículo, fundamentos de las matemáticas escolares y organizadores del currículo. Si se toman en cuenta la descripción técnica de estos conocimientos de referencia, la planificación y estructuración del uso de las TIC, al igual que la manera como se espera que dinamicen al realizar el análisis didáctico, esto permitirá identificar y fundamentar los contenidos y objetivos de la asignatura en este caso particular de la matemática.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Coll, C. y Solé, I. (1999). Los profesores y la concepción constructivista. Barcelona, España: Grao.

Gallardo, J. y González, J. L. (2006). Una aproximación operativa al diagnóstico y la evaluación de la comprensión del conocimiento matemático. PNA. Revista de Investigación en Educación Matemática 1 (1), 21–31. Obtenido en junio, 2006, de <http://www.pna.es/Numeros/pdf/Gallardo2006Una.pdf>.

Hinostroza, E. (2013). Roles alternativos de TIC en educación: sistema de apoyo al proceso de enseñanza aprendizaje. Obtenido en octubre 3, 2013, del sitio web del Centro de Computación y Comunicación para la Construcción del Conocimiento, Universidad de Chile.

Marcelo, C. (2011). Rediseño de la práctica pedagógica: factores, condiciones y procesos de cambios en los tele transformadores. Conferencia impartida en la Reunión Técnica Internacional sobre el uso de TIC en el Nivel de Formación Superior Avanzada. Sevilla, España: 6–8 de junio.

Martínez, F. (2013). El profesorado ante las nuevas tecnologías. En J. Cabero, F. Martínez y J. Salinas (Coords.), Medios y herramientas de comunicación para la educación universitaria (pp. 207–222). Ciudad de Panamá, Panamá: Sucesos Publicidad.

Sánchez, J. (2000). Nuevas tecnologías de la información y comunicación para la construcción del aprender. Santiago de Chile, Chile: LMA Servicios Gráficos.

Von Glaserfeld, E. (1990). Introducción al constructivismo radical. En P. Watzlawick y otros, *La realidad inventada* (pp. 20–37). Barcelona, España.

Petrovski, A.V. (1978). *Psicología General*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.

Rodríguez, Y. (2007) *Modelo Teórico Metodológico para el perfeccionamiento del proceso de Enseñanza-Aprendizaje de las ciencias*. Tesis doctoral en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Pedagógicas, Universidad Central de Las Villas, Santa Clara, Cuba.

Valle, A. (2011). Modelo para obtener un modelo, en Armas, N. y Valle, A., “Resultados científicos en la investigación educativa”, Ed. Pueblo y Educación, La Habana, Cuba.

Sábato, J., & Botana, N. (1968). La ciencia y la tecnología en el desarrollo futuro de América Latina. *Revista de la Integración*.

Sábato, J. (1975). *Using Science to Manufacture Technology. Impact of Science on Society*.

011. EL VALOR DE LAS TUTORIAS EN EL DESEMPEÑO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ECOTEC.

Autor:

Mgs. César Castañeda Paredes

Licenciado en Ciencias de la Educación. Diplomado Superior en Diseño de Proyectos. Magister Proyectos Educativos y Sociales. Docente de Facultad de Comunicación y Marketing en la Universidad Tecnológica ECOTEC, Guayaquil.

ccastaneda@ECOTEC.edu.ec

RESUMEN

Este artículo plantea una reflexión importante sobre el valor que actualmente tienen las tutorías en la Universidad ECOTEC. Presentamos las fortalezas, las debilidades y las acciones pertinentes que orientarán el trabajo tutorial, así como destacar la figura de tutoría grupal como elemento de innovación propuesto en la institución.

En el desarrollo del trabajo se tuvieron en cuenta varios aspectos como: conocer y valorar la personalidad de los estudiantes; fomentar y dinamizar la vida social del grupo-clase; orientar el desarrollo personal de los estudiantes de acuerdo con diversos criterios de individualización; desarrollar habilidades y estrategias de aprendizaje basadas en la autonomía de los estudiantes. El tutor grupal es necesario valorarlo en toda su amplitud, recordemos que el estudiante está inserto en el grupo de su clase, donde comparte experiencias, iniciativas, y que su desarrollo dependerá en gran parte de la dinámica de su propio grupo.

En la investigación hemos considerado algunas interrogantes: ¿Cómo se organizan los profesores – tutores para cumplir sus responsabilidades?, ¿Cómo organizar los horarios de clase y los horarios de atención a los estudiantes para potenciar la labor tutorial? ¿Qué estrategias facilitan la atención de la diversidad de perfiles de tutorado y de problemáticas a tratar? ¿Cuáles son las formas más adecuadas de incorporar a los estudiantes universitarios a la acción tutorial? ¿Cómo motivar a los egresados a seguir sus proyectos apoyados por sus tutores?

En resumen se trata de una reflexión sobre lo que hacemos, lo que hemos hecho hasta el momento y lo que tendremos que hacer en el futuro en el marco de la tutoría, a fin de que sea cada vez más pertinente e impacte en el proceso de formación de los estudiantes, pero sobretodo en su vocación humana.

Palabras Claves

Fortalezas, debilidades, habilidades, estrategias de aprendizaje, acción tutorial, diversidad de perfiles, formación.

ABSTRACT

This article raises an important reflection on the value that currently have the tutorials in the ECOTEC University. We present the strengths, weaknesses and appropriate action tutorial that will guide the work, as well as highlighting the figure of group mentoring as an element of innovation proposed in the institution.

In development work they took into account various aspects such as: know and appreciate the personality of students; promote and stimulate the social life of the group-class; guiding the personal development of students according to various criteria of individualization; develop skills and learning strategies based on student autonomy. The group tutor it is necessary to appreciate it in all its breadth, remember that the student is inserted in the group of its class, sharing experiences, initiatives, and that its development will depend largely on the dynamics of their own group.

In the research we considered some questions: How teachers are organized - tutors to fulfill their responsibilities? How to organize class schedules and hours of attention to students to enhance the tutorial work? What strategies facilitate the care of the diversity of profiles tutored and problematic to deal with? What are the most appropriate ways to incorporate college students to the tutorial? How to motivate graduates to pursue their projects supported by their tutors?

In short it is a reflection on what we do, what we have done so far and what we have to do in the future in the framework of mentoring, so that is increasingly relevant and have an impact on the process training of students, but especially in their human vocation.

Keywords

Strengths, weaknesses, skills, learning strategies, tutorial action, diversity of profiles, training.

“La Educación no es la respuesta a la pregunta, la educación es el medio para encontrar la respuesta a todas las preguntas”. William Allin.

Introducción.

La tutoría es un proceso de orientación y apoyo en la formación del estudiante, que se caracteriza por el mejoramiento de enseñanza- aprendizaje, reforzar su rendimiento académico, fomentar hábitos, habilidades, adquirir valores, contribuye a la resolución de problemas y reducir la suspensión por descuido de los estudios.

Un tutor es el encargado de orientar al estudiante a una buena toma de decisiones en el progreso de su carrera, la distribución de su tiempo, promueve el trabajo en equipo y la competencia. Induce al estudiante a desarrollar un aprendizaje independiente para que pueda resolver dudas, sugerir retos y más que nada ser un profesional responsable.

Se ha deducido que las tutorías es una de las tareas básicas junto a la docencia y la investigación, e incluso puede afirmarse que es un complemento necesario de la docencia. Sin embargo, algunos estudiantes que cursan sus estudios universitarios no han sabido aprovechar o simplemente opinan que no es importante esta metodología.

Este trabajo busca promover el valor de las tutorías en el desempeño académico de los estudiantes en las diversas facultades, a partir de un estudio basado en los siguientes objetivos:

- a) Identificar los criterios que manejan los estudiantes sobre las tutorías académicas
- b) Diagnosticar cómo se presenta actualmente el servicio de tutorías en la universidad.
- c) Proponer estrategias para promover el valor agregado que tienen las tutorías en el desarrollo académico de los estudiantes.

1. Aspectos Generales.

Si revisamos la historia, desde la edad antigua encontramos a grandes personalidades que utilizaron la tutoría como estrategia para guiar a sus estudiantes al cumplimiento de sus objetivos, entre ellos Confucio, Sócrates, Platón, quienes además se convirtieron en verdaderos formadores y ejemplos de vida para sus discípulos. En la actualidad los escenarios han cambiado pero sigue prevaleciendo el modelo tutorial basado en una relación interpersonal entre un novato o persona en proceso de formación y una persona experta o consolidada en la profesión.

Durante la década de los setenta del siglo pasado, aparecen los primeros conceptos de tutoría siendo Levinson y Roche quienes le dieron legitimidad académica con sus publicaciones demostrando los beneficios de tener un tutor y el éxito subsiguiente en el mundo de los negocios. A partir de ese momento se convierte en inobjetable el crecimiento de la figura del tutor, del asesor, del coaching, en el aprendizaje, el desarrollo social y el psicológico.

Para Rodríguez (2004) el origen de la tutoría universitaria se encuentra en la propia concepción de la universidad, la cual podría contener varios modelos.

- ✓ El modelo denominado académico, proceso sistemático que contribuye a la adecuada formación del estudiante, en el marco de su formación profesional
- ✓ El modelo denominado de desarrollo personal,
- ✓ Por último, el modelo denominado de desarrollo profesional, en el cual las actividades tutoriales tienen como objetivo brindar apoyo a los estudiantes para que se capaciten en la profesión y se ajusten a las necesidades del mercado laboral.

1.1. Ventajas y desventajas que presenta la Gestión tutorial a nivel superior.

La tutoría ayuda a desarrollar habilidades y a mejorar el proceso de aprendizaje del estudiante. Cabe destacar que no sólo el estudiante recibe los beneficios sino también los tutores. El tutor que se interesa por el progreso del estudiante, también mejora su experiencia académica.

Zuber (1994) realizó una encuesta a un grupo de tutorados evidenciando los factores que impedían de alguna manera el trabajo tutorial: la falta de preparación académica en temas de desarrollo Humano,(Motivación, Comunicación, Liderazgo, trabajo en Equipo, etc.), inexperiencia para dirigir proyectos de investigación; sobrecarga de trabajo; poca disponibilidad de tiempo; falta de didáctica y supervisión inadecuada del proyecto y ausencia de retroalimentación. Por tal motivo, los planes de capacitación al docente se han incrementado en gran medida.

Para Waldeck, Orego, Plax, y Kearney (1997), la información que reciba el tutorado de parte de su tutor será de gran apoyo al momento de desarrollar su trabajo

Hagevick (1998) identificó rasgos comunes de los buenos tutores, entre ellos se destacan: habilidad para escuchar; saber persuadir, incorporar debidamente a los

estudiantes al campo laboral; la generosidad, honestidad. Además, los buenos tutores se caracterizan por la asertividad, el buen humor, la responsabilidad, la autenticidad, la tolerancia, la flexibilidad, la lealtad. Por el contrario, un mal tutor es rígido, crítico, egocéntrico, prejuicioso, desorganizado, deshonesto e informal.

Lucas (2000) describió los beneficios de las tutorías: la participación en publicaciones, congresos, becas, proyectos con la comunidad, respeto a la propiedad intelectual, consejerías académicas, altas probabilidades de éxito ocupacional y experiencia entre otras. Es importante señalar que con la modalidad de trabajo a tiempo completo, las universidades han podido fortalecer la gestión tutorial en beneficio de la comunidad.

Por otro lado, los tutorados pueden fortalecer sus carreras generando nuevas ideas e incrementando la profundidad del conocimiento; renuevan el sentido de entusiasmo por el trabajo y contribuyen a realzar sus niveles de poder, estatus profesional e ingresos. Los tutores pueden disfrutar del trato con sus estudiantes y sentir satisfacción personal, sabiendo que con la tutoría contribuyen al éxito de aquellos.

1.3 Programas de tutorías formales en Instituciones de Nivel Superior.

La UNESCO, en una de sus conferencias sobre la educación a nivel superior en el año 1998, establece la necesidad de modificar el proceso de aprendizaje en la Educación Superior y señala entre las diversas responsabilidades del profesor, la de "Proporcionar, cuando proceda, orientación y consejo, cursos de recuperación, formación para el estudio y otras formas de apoyo a los estudiantes, comprendidas, las medidas para mejorar sus condiciones de vida".

Como consecuencia de lo anterior tenemos el caso de Cuba donde se crearon las Sedes Universitarias Municipales llevando a cabo un proceso de educación donde la figura del tutor, contempla una atención personalizada e integral hacia sus estudiantes.

La actividad de los tutores, constituye un elemento clave para el logro del proceso de enseñanza aprendizaje, importante además es cómo se desarrolle la tutoría en este modelo pedagógico de continuidad de estudios, dependiendo en gran parte que el logro de sus objetivos sociopolíticos se encuentren estrechamente vinculados al concepto de democratización de la educación superior.

El primer programa de tutorías formal e institucional a nivel superior se inició en la UNAM dentro el Sistema de Universidad Abierta (SUA) creado en 1972, y fundamentado en una propuesta educativa de aprender a aprender, donde se proponía el desarrollo de la capacidad de los individuos para resolver problemas en dos modalidades distintas: individual y grupal.

En nuestro país, tenemos como referente la tutoría académica de la Universidad de las Américas en Quito (2015), con un conjunto de guías y orientaciones que el personal académico y docentes de la Universidad implementa para fortalecer la formación de sus estudiantes en las distintas áreas académicas y aportar la inclusión

de los mismos en su desarrollo profesional con discernimientos de experiencias durante sus prácticas pre profesionales.

En Manabí, tenemos el máximo órgano colegiado académico superior de la Universidad Laica Eloy Alfaro (2013), que tiene como principal objetivo contribuir al desarrollo de las habilidades y capacidades del estudiante con la finalidad de que adquieran y asuman mayores responsabilidades en su proceso de formación.

La función tutorial se define como una actividad docente de orientación, asesoramiento y acompañamiento al estudiante de cada una de las carreras. Por tanto, el docente tutor deberá diseñar, planificar y llevar a cabo esta actividad como parte de su función docente.

La tutoría se ejecutará en forma individual, grupal o de ambas maneras; en la primera tiene el carácter de personalizada, a fin de orientarlo, apoyarlo y acompañarlo durante su itinerario formativo; en la atención grupal tendrá como norte fomentar la socialización y el atender corporativamente a estudiantes que tengan dificultades, aspiraciones o necesidades comunes.

2. El Reglamento de Tutorías en la Universidad ECOTEC

La Universidad ECOTEC fundamenta su gestión de tutorías basada en su ideario institucional:

MISION

Brindar una enseñanza de calidad que impulse la generación de conocimiento permitiendo la formación de personas comprometidas a ser promotoras y agentes transformadores de su entorno, preparadas para la investigación práctica en su campo laboral, y alineadas al Plan Nacional del Buen Vivir.

VISION

Para el 2019 ECOTEC será referente de las Universidades Particulares del Ecuador por la excelencia de su cuerpo docente, estudiantes y graduados, contribuyendo al desarrollo productivo-social y a la investigación científica del país.

En cuanto a su **definición**, la tutoría es entendida, como un proceso de acompañamientos y atención personalizada y/o colectiva mediante un sistema de actividades organizadas por un profesional y personal, fomentando actividades y valores acorde a los fundamentos, principios y objetivos de la educación superior.

Las modalidades que establece son las siguientes:

a) Tutoría académica: proceso sistemático personalizado y/o colectivo de orientación académica en el contexto docente que contribuye a la adecuada formación educativa del estudiante, en el marco de su formación profesional

b) Tutoría de titulación: proceso sistemático y personalizado con la finalidad de brindar orientación científica metodológica a los estudiantes en la modalidad del trabajo de titulación

Además, se identifica con varias tipologías, en dependencia de su objeto y fines de tal forma se definen:

- a) Consejería académica: proceso de acompañamiento y orientación académica brindado por el docente en la organización, planificación, y selección de materias por periodos
- b) Orientación académica: proceso de seguimiento docente brindado al estudiante ante situaciones académicas que dificultan un adecuado desarrollo de sus estudios universitarios
- c) Prácticas pre-profesionales: proceso de seguimiento académico a través de un sistema de actividades de aprendizaje orientadas a la aplicación de conocimientos y al desarrollo de destrezas y habilidades específicas, que un estudiante debe desarrollar en su futura profesión.

El proceso de tutorías reconocida por la Universidad ECOTEC está dirigido a:

- ✓ Consolidar un proceso académico de calidad integrado a un sistema eficiente de comunicación entre profesores y estudiantes, respetando a las expectativas individuales y la capacidad de aprendizaje personal.
- ✓ Disminuir los índices de deserción y fracaso académico universitario.
- ✓ Favorecer la integración teórico – práctica en el proceso formativo.
- ✓ Desarrollar un proceso formativo partimento y con carácter integral que favorezca la formación de profesionales capacitados, para resolver de manera creativa y eficiente los problemas propios de su profesión y fomenta actitudes y valores acorde a los fundamentos, principios y objetivos de la Educación superior.

En relación a varias de las funciones del profesor –tutor, reconocidas por el reglamento son:

- ✓ Organizar el sistema de tutorías y encuentros con sus estudiantes tutorados.
- ✓ Facilitar el tránsito en los niveles de estudios a través de acciones orientadoras sobre gestión y organización del tiempo de trabajo y de estudios, metodologías de estudio, elección de itinerarios, docentes, sistema de contenidos de asignaturas y perfil de egreso.
- ✓ Contribuir a la auto-formación, auto-regulación e independencia cognoscitiva del estudiante.
- ✓ Desarrollar competencias y valores profesionales en sus estudiantes.
- ✓ Favorecer la comprensión de los problemas que enfrenta el estudiante en el contexto universitario contribuyendo a su formación integral como futuro profesional.
- ✓ Desarrollar estrategias didácticas, metodológicas e investigativas en beneficio del aprendizaje y la formación profesional de los estudiantes.

En cuanto a los Derechos que otorga a los estudiantes tutorados tenemos los siguientes:

- ✓ Acceder a la tutoría académica y de titulación, durante su permanencia en la carrera de grado.
- ✓ Conocer las actividades programadas por los tutores.

- ✓ Conocer con anticipación el día, la hora y el lugar en que se realizará la actividad de tutoría.
- ✓ Solicitar el cambio de su tutor, por una única ocasión durante su permanencia en el programa, especificando por escrito las causas al decano de la facultad a la que pertenece, quien valorará la solicitud y resolverán lo que corresponda
- ✓ Mantener contacto permanente con su tutor en los horarios programados para tutorías.
- ✓ Ser supervisado por el tutor designado, para el seguimiento de las prácticas o pasantías pre-profesionales.
- ✓ Otros derechos reconocidos taxativamente reconocidos por reglamentos y normativas vigentes en la Universidad Tecnológica ECOTEC.

De la misma forma como exigen sus derechos, los estudiantes tutorados deberán cumplir entre otros con los siguientes deberes:

- ✓ Asistir puntualmente a las tutorías programadas por el tutor.
- ✓ Cumplir con las orientaciones, tareas, investigaciones, sugerencias y compromisos encomendadas por su tutor.
- ✓ Mantener informado a su docente tutor acerca de los pormenores de su desempeño académico para la orientación oportuna o sobre las situaciones existentes en el lugar de las prácticas o pasantías pre-profesionales.

2.2 El Perfil adecuado del Tutor

Lo que describe García forma parte de un perfil adecuado del tutor, quien cuenta con formación profesional, actualización disciplinaria, comunicación educativa y capacidad y dominio de conocimientos propios para la actividad tutorial. Aspecto que ha sido trabajado con seriedad en algunos programas de posgrado, donde se señala que el tutor debe:

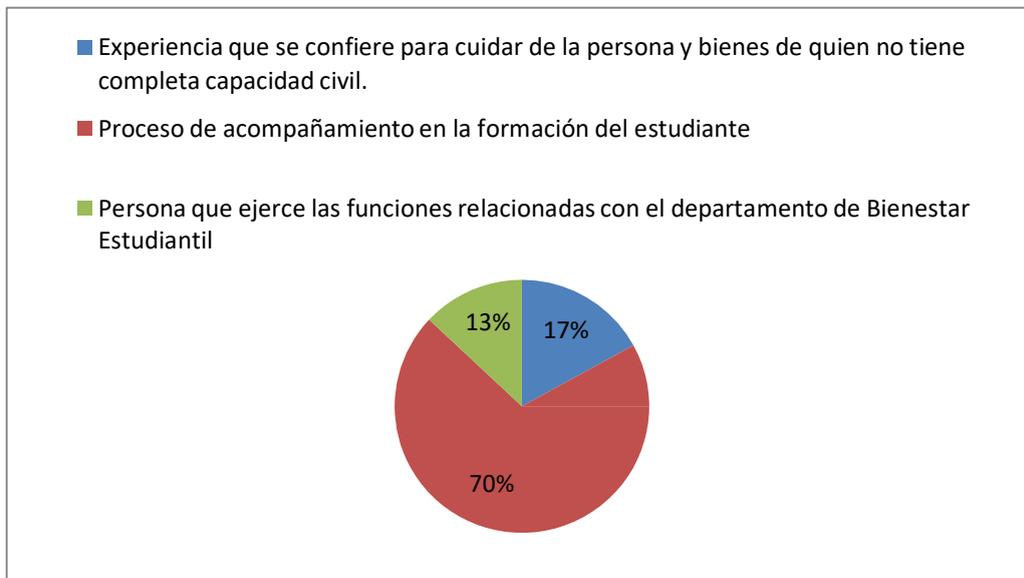
- ✓ Contar con el grado de maestría o doctorado.
- ✓ Estar dedicado a actividades académicas o profesionales relacionadas con la disciplina del programa o plan de estudios.
- ✓ Tener una producción académica o profesional reciente demostrada por obra publicada reconocida.
- ✓ Manejo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs).

3. Metodología

Para el desarrollo del presente trabajo se considera que el enfoque más adecuado será el cuantitativo, debido a que la información que se recolecte será procesada para ser presentada de forma numérica a través del uso de herramientas estadísticas como: cuadros, gráficos, que ayuden a una fácil comprensión e interpretación de los resultados. Por otra parte, este enfoque también utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación ya que confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población. (Briones, 1996).

4. Análisis e Interpretación de los resultados

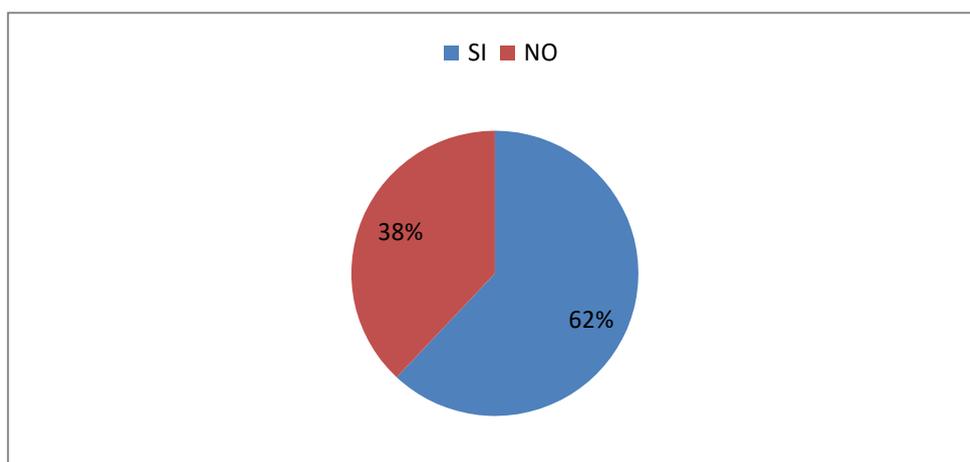
Gráfico 1. ¿Qué entiende por Tutoría?



Fuente: Levantamiento de información por encuesta

Se representa: con el 70% “Proceso de acompañamiento en la formación del estudiante”, seguida por el 17 % de personas que lo definen como una “*Autoridad que se confiere para cuidar de la persona y bienes de quien no tiene completa capacidad civil*” y con 13% “*Persona que ejerce las funciones relacionadas con el departamento de Bienestar estudiantil*”.

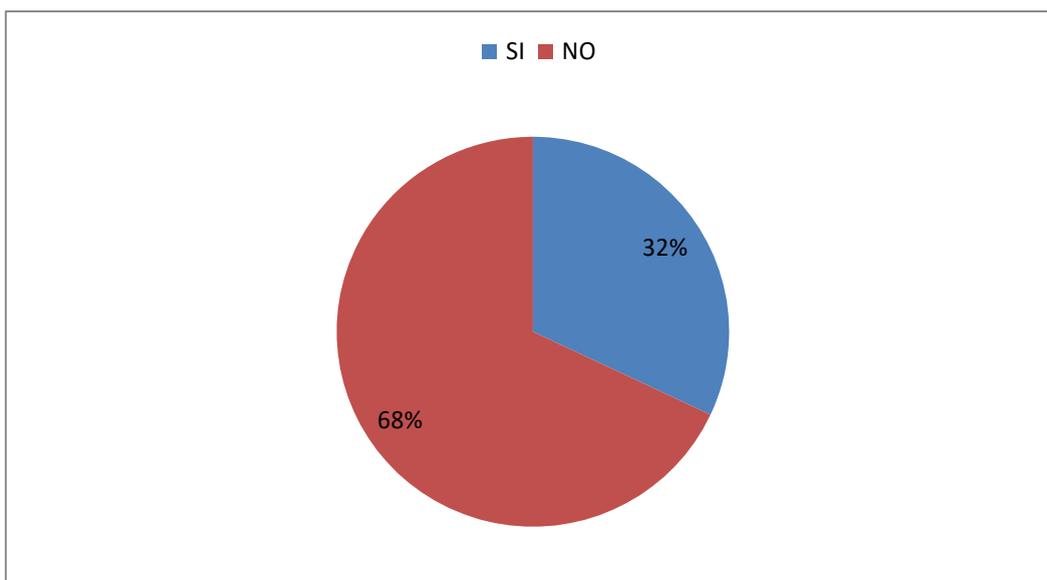
Gráfico 2. ¿Conoce usted, el nombre de su tutor?



Fuente: Levantamiento de información por encuesta

Se representa: con un 62% a quienes si conocen el nombre de su tutor y con un 38% a quienes no lo conocen.

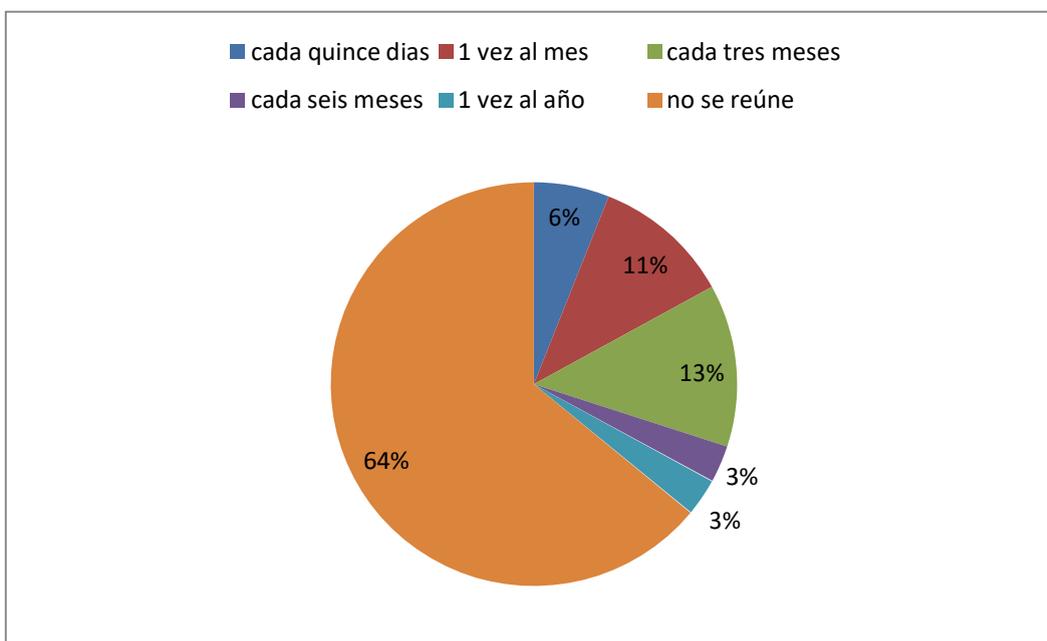
Gráfico 3. ¿Alguna vez ha recibido una cita de tutoría?



Fuente: Levantamiento de información por encuesta

Se representa: con un 68% han recibido una cita de tutoría y con un 32% no la han recibido.

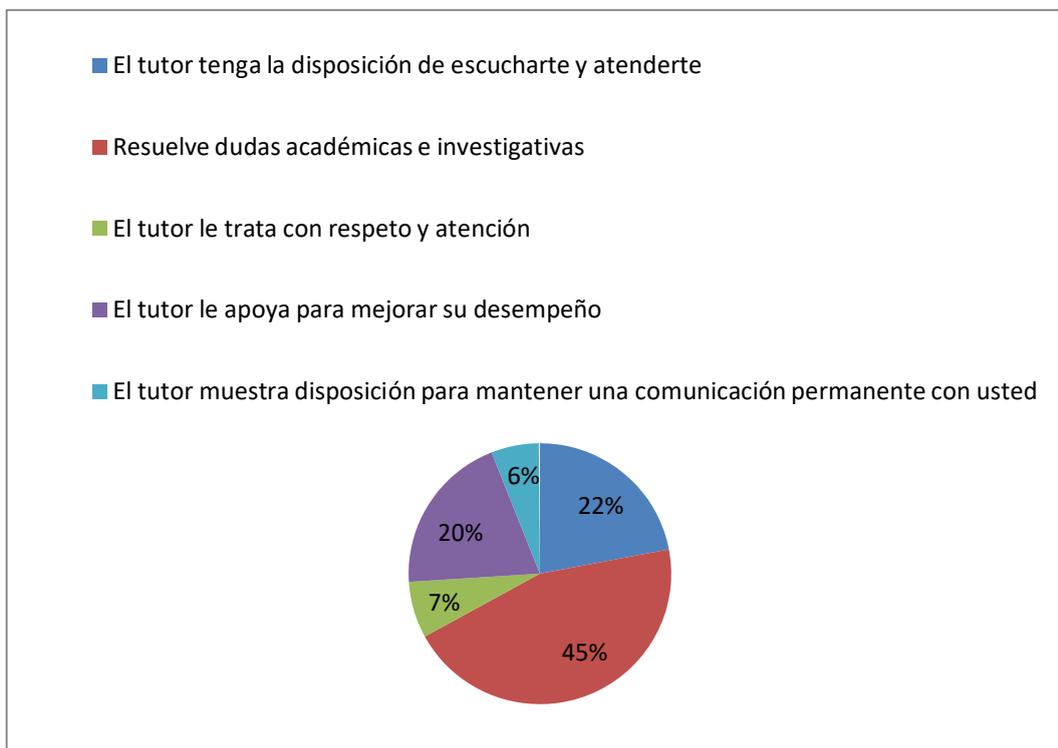
Gráfico 4. ¿Con qué frecuencia se reúne usted, con su tutor?



Fuente: Levantamiento de información por encuesta

Se representa: el 64% no se reúne con su tutor, el 13% cada tres meses, el 11% una vez al mes, el 6% cada quince días, un 3% cada seis meses y 3% 1 vez al año.

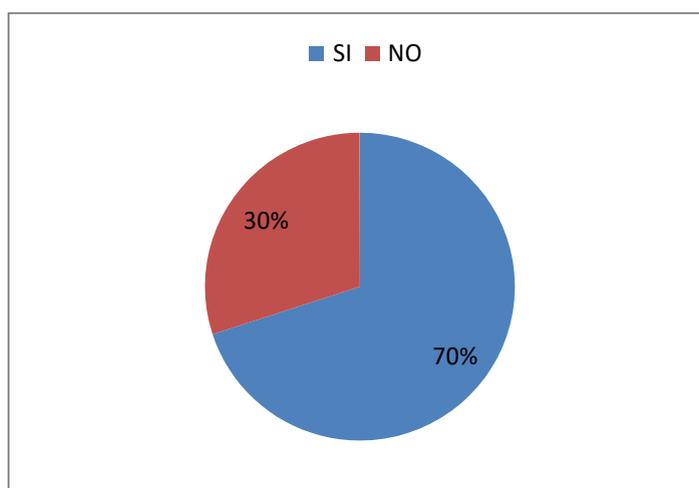
Gráfico 5. ¿Qué lo motiva a Ud. a asistir a una cita con su tutor?



Fuente: Levantamiento de información por encuesta

Se representa: con el 45% “Resuelve dudas académicas e investigativas” con el 22% “El tutor tenga la disposición de escucharte y atenderte”, con el 20% “El tutor le apoya para mejorar su desempeño”, con el 7% “El tutor le trata con respeto y atención” y con el 6% “El tutor muestra disposición para mantener una comunicación permanente con usted”.

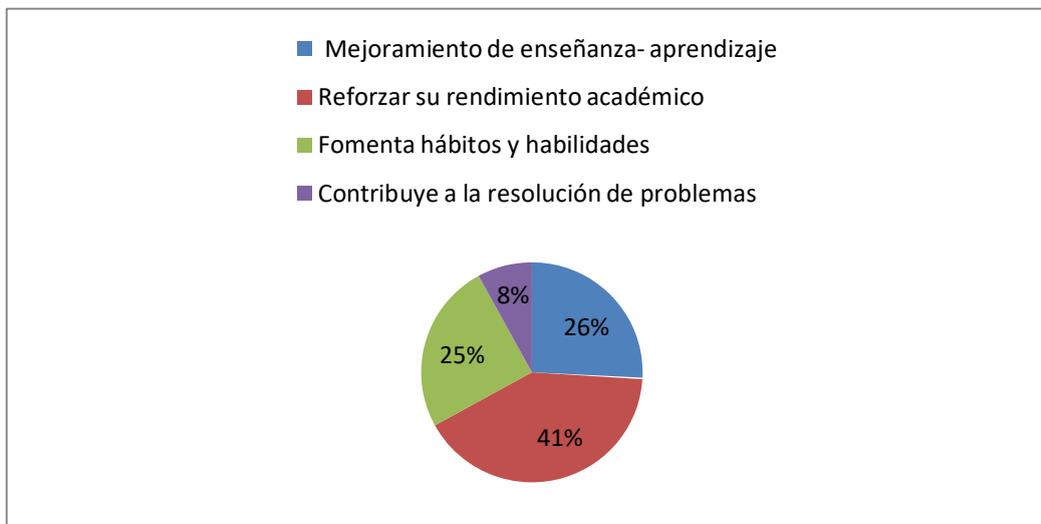
Gráfico 6. ¿Cree usted, que es importante asistir a una cita de tutoría?



Fuente: Levantamiento de información por encuesta

Se representa como: el 70% cree que es importante y el 30% no cree que sea importante asistir a una cita de tutoría.

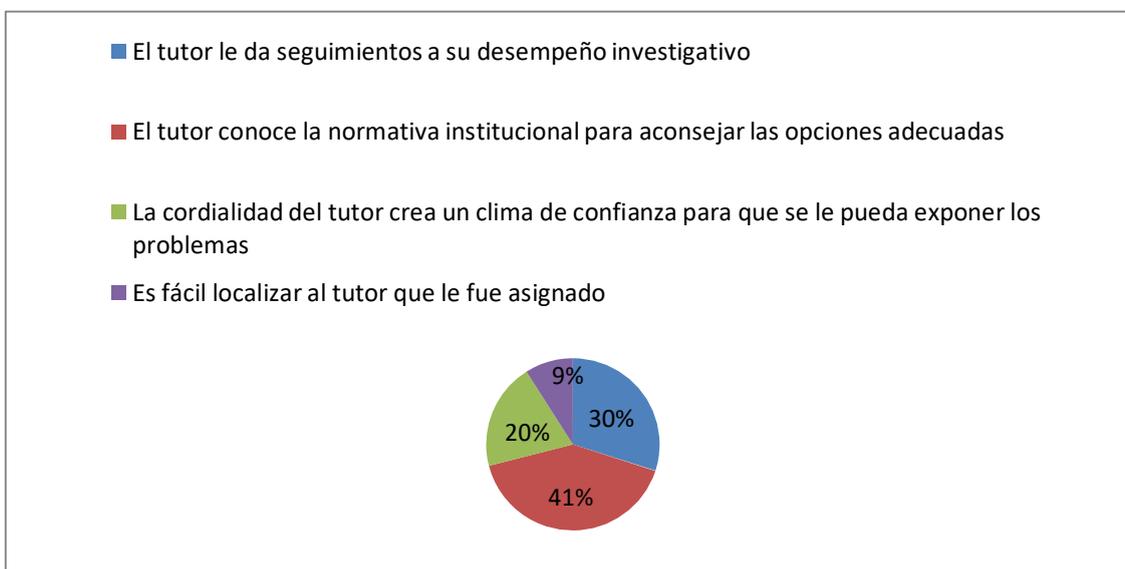
Gráfico 7. ¿Cuáles son según su criterio los beneficios más destacados de las tutorías?



Fuente: Levantamiento de información por encuesta

Se representa: con el 41% “Reforzar su rendimiento académico”, con el 26% “Mejoramiento de enseñanza- aprendizaje”, con el 25% “Fomenta hábitos y habilidades” y con el 8% “Contribuye a la resolución de problemas”.

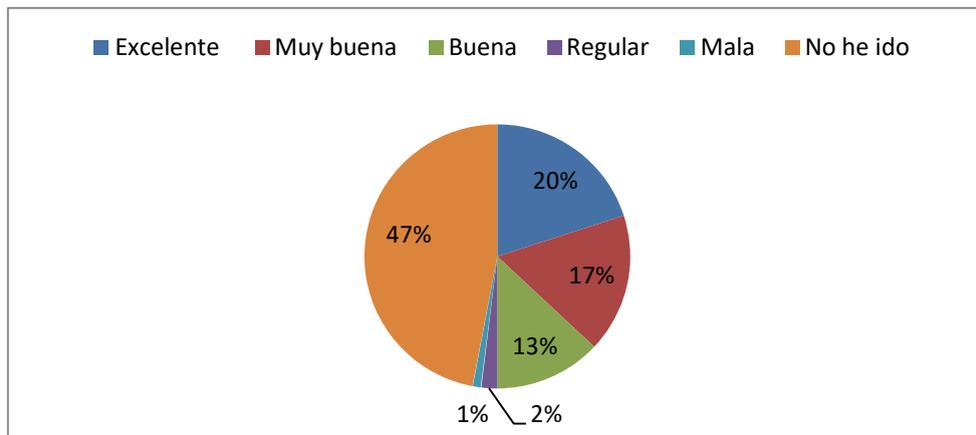
Grafico 8. ¿Cuáles son según su criterio las normativas institucionales del tutor?



Fuente: Levantamiento de información por encuesta

Se representa como: con el 41% “El tutor conoce la normativa institucional para aconsejar las opciones adecuadas”, con el 30% “El tutor le da seguimientos a su desempeño investigativo”, con el 20% “La cordialidad del tutor crea un clima de confianza para que se le pueda exponer los problemas” y con el 9% “Es fácil localizar al tutor que le fue asignado”.

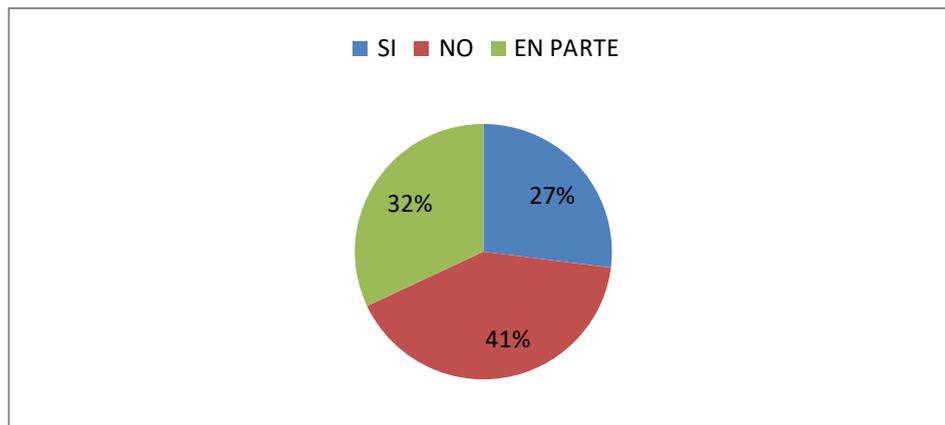
Grafico 9. ¿Cómo Ud. percibe el servicio de atención al cliente ofrecido dentro de las tutorías?



Fuente: Levantamiento de información por encuesta

Se representa: con el 47% a los estudiantes que no han asistido, el 20% la considera excelente, el 17% muy bueno, el 13% bueno, el 2% regular y el 1% malo.

Grafico 10. Desde su punto de vista, ¿considera que existe suficiente promoción de las tutorías en ECOTEC?



Fuente: Levantamiento de información por encuesta

Se representa como: con un 41% No, un 32% "En parte si y un 27% Si.

CONCLUSIONES

- ✓ Se puede determinar que el 70% de estudiantes tiene claro que las tutorías son un proceso de acompañamiento en la formación académica, sin embargo reconocen algunos no conocer, ni haber recibido invitaciones para participar en entrevistas con sus tutores.
- ✓ Lo que les motiva a asistir a una cita de tutoría, es la capacidad para resolver dudas académicas o investigativas, tener la disposición para ser escuchados y atendidos o que les ayude a mejorar su desempeño académico. En esta parte reconocen la ayuda de los académicos a pesar de que un alto porcentaje de estudiantes por diversas razones no acuden al llamado de su tutor.
- ✓ Los estudiantes consideran importantes los beneficios que brinda la tutoría como: reforzar el rendimiento académico, mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje y fomentar el desarrollo de habilidades personales. Por tal motivo sugieren estrategias para optimizar la convocatoria a las reuniones con su tutor.

RECOMENDACIONES

- ✓ Fortalecer el valor de las tutorías por medio de publicidad tanto en las redes sociales como en la Universidad explicando los beneficios y la disponibilidad de los tutores.
- ✓ Se podría elaborar una estrategia que se cumpla cada semestre a través de la cual sean los tutores quienes registren a sus tutorados y les brinden una consejería académica.
- ✓ Realizar charlas motivacionales sobre temas donde el estudiante requiera orientación profesional.
- ✓ Se recomienda implementar un sistema virtual de tutoría donde se pueda atender cualquier duda o problema académico.

Referencias bibliográficas

- Arredondo José Darío. eumed.net. (2016). Generalidades sobre la Tutoría. <http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2008/jdal/GENERALIDADES%20SOBRE%20LA%20TUTORIA.htm>.
- Arredondo José Darío. eumed.net. (2016). Antecedentes de la tutoría. <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2008/jdal/Antecedentes%20de%20la%20tutoria.htm>.
- gibralfaro.uma.es. (2016). La acción tutorial y la atención a la diversidad: Origen, concepto y puesta en práctica por María Mercedes Fernández Ranea. http://www.gibralfaro.uma.es/educacion/pag_1562.htm.
- Cruz Flores, G., Chehaybar y Kury, E. and Abreu, L. (2011). Tutoría en Educación superior: una revisión analítica de la literatura. Revista de la educación superior,

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602011000100009

-Bustos Juan Pablo. udl.edu.ec (2016). Tutorías académicas en la Universidad de la Américas

http://www.udla.edu.ec/wp-content/uploads/2015/11/O_Tutor%C3%ADas-acad%C3%A9micas.v1.pdf

- uleam.edu.ec. (2016). REGLAMENTO PARA TUTORÍA ACADÉMICA DE LA UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ.

<http://www.uleam.edu.ec/wp-content/uploads/2012/12/REGLAMENTO-PARA-TUTORIA-ACADEMICA.pdf>

- ECOTEC.edu.ec. (2016). Universidad ECOTEC.

http://www.ECOTEC.edu.ec/estudiantes/consejeria_academica.

- ECOTEC.edu.ec. (2016). Universidad ECOTEC.

<http://www.ECOTEC.edu.ec/reglamento>.

- chubut.edu.ar. (2016). Tutores en Educación Superior: El desafío de un rol a construir. [En línea]. Consultado en: [3, julio, 2016].

http://www.chubut.edu.ar/descargas/secundaria/congreso/COMPETENCIASBASICAS/RLE2568_Labandal.pdf.

- Alvarado Hernández Víctor, Romero Rosalba. uaz.edu.mx. (2016). LOS ASPECTOS CUALITATIVOS DE LA TUTORÍA EN EDUCACIÓN SUPERIOR.

<http://www.uaz.edu.mx/mecanica/pdf/tutorias/TEMAS%20DIVERSOS%20SOBRE%20TUTOR%C3%8DAS/los%20aspectos%20cualitativos%20de%20la%20tutor%C3%ADa%20unam.pdf>.

- puertasabiertas.fahce.unlp.edu.ar. (2016). Uso de nuevas tecnologías en la educación: una oportunidad para fortalecer la práctica docente — Puertas Abiertas.

<http://www.puertasabiertas.fahce.unlp.edu.ar/numeros/n5/zangara>.

- CEAACES.. (2016). LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR. [En línea]. Consultado: [4, julio, 2016]. Disponible en:

<http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2013/10/loes1.pdf>.

012. DETERMINACIÓN DE LA ENDOGAMIA ACADÉMICA EN LA PLANTILLA DOCENTE DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL EN EL PERIODO LECTIVO 2015.

Autores:

MSc. Jorge Rivadeneira Campoverde

jorge.rivadeneirac@ug.edu.ec

MBA. Guido Poveda Burgos

guido.povedabu@ug.edu.ec

MBA. Elvira Ortega Decimavilla

elvira.ortegad@ug.edu.ec

MSc. Viviana Coello Tumbaco.

viviana.coellot@ug.edu.ec

DOCENTES DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL – ECUADOR

Resumen.

En el marco de los cambios propuestos por el Estado ecuatoriano para el gobierno del país y conceptualizando a la Educación Superior como herramienta estratégica para el desarrollo nacional, dirige todos sus esfuerzos al cambio de la matriz educativa como punta de lanza de la transformación requerida. Es así que la propuesta general para el Sistema de Educación Superior se centra en la calidad académica que las IES deben alcanzar mediante un proceso continuo de evaluación y acreditación.

El presente trabajo pretende evidenciar una práctica generalmente aceptada por las IES ecuatorianas, la Endogamia. Las universidades incurren de forma voluntaria o involuntaria en esta práctica, que en otros países es catalogada como una evidencia de la falta de rigurosidad académica y universalidad que deben ser aplicadas en el proceso de selección de docentes de una universidad.

La endogamia académica en la Facultad de Ciencias Administrativas se la determinó con el criterio de la procedencia de los títulos de tercer y cuarto nivel de los 410 docentes que la conforma. Se tomó como base del estudio ambos títulos debido a que nos da una idea más amplia del historial académico de los docentes y sus experiencias que pueden ser del beneficio de la institución que lo contrata. De esta forma se propone una clasificación de docente endogámico basado en el criterio de titulación y se determina con esto la presencia de docentes endogámicos totales y parciales.

Palabras clave: Educación superior, calidad académica, IES, acreditación, endogamia, endogamia académica, docente endogámico.

Abstract.

As part of the changes proposed by the Ecuadorian government for the country's government and conceptualizing Higher Education as a strategic tool for national development, he directs all its efforts to change the educational matrix as the spearhead of the required transformation. Thus the overall proposal for the System of Higher Education focuses on academic quality that HEIs should be achieved through a continuous process of evaluation and accreditation.

This paper aims to show a general practice accepted by the Ecuadorian IES, inbreeding. Universities incurred voluntarily or involuntarily in this practice, which in other countries is cataloged as evidence of the lack of academic rigor and universality to be applied in the selection process of a university teacher.

Academic inbreeding in the Faculty of Management is determined by the criteria of the origin of the titles of third and fourth level of the 410 teachers who shapes it. It was taken as basis of the study both titles because it gives us a broader idea of academic history teachers and their experiences that can be of benefit of the institution that employs them. Thus a classification of inbred teaching based on the criteria of qualification and this is determined by the presence of total and partial inbred teachers is proposed.

Keywords: Higher education, academic quality, IES, accreditation, inbreeding, academic inbreeding, inbred teacher.

Introducción.

La Educación superior en el Ecuador ha experimentado cambios trascendentes desde el 2008 hasta la actualidad. Proceso que está directamente relacionado con la expedición de la Constitución de la República elaborada por la Asamblea Constituyente de Montecristi. Los procesos en la Educación superior se transformaron de acuerdo a los preceptos constitucionales y teniendo como sustento legal la promulgación de la Ley orgánica de Educación Superior y el Reglamento de Régimen académico.

La Constitución de la República en el artículo 27 textualiza “La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar”. (Asamblea, 2008)

La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional.

De acuerdo a este artículo el estado ecuatoriano promulga como derecho de todos los ciudadanos a recibir una educación de calidad, en este caso, los ciudadanos que aplican y son parte del proceso enseñanza y aprendizaje de tercer nivel.

En 2010 se promulga la Ley Orgánica de Educación Superior que se convierte en el código fundamental como sustento legal de los cambios que se propusieron y que hasta la actualidad se producen. El artículo 93.- Principio de calidad.- El principio de calidad consiste en la búsqueda constante y sistemática de la excelencia, la pertinencia, producción óptima, transmisión del conocimiento y desarrollo del pensamiento mediante la autocrítica, la crítica externa y el mejoramiento permanente. (Asamblea, 2010)

Según el artículo precedente el principio de calidad es el que guiará los procesos ya implementados por los órganos de control como son el Consejo de Educación Superior y el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad en la Educación Superior. Estos organismos están cumpliendo una misión importante que es la evaluación de la calidad académica en todas las universidades del país.

La primera socialización de los resultados realizada en noviembre 27 de 2013 presentó resultados nada alentadores en lo que respecta a calidad académica de las universidades, es así que el CEAACES determinó cuatro categorías en las cuales fueron clasificadas las 54 universidades con las que cuenta el país, luego de la eliminación de las universidades que no cumplían mínimos criterios de calidad.

Los resultados que se presentaron en aquella fecha sobre las universidades que ofrecían educación de grado y post grado fueron los siguientes: categoría A, 3 universidades; categoría B, 18 universidades; categoría C, 14 universidades; categoría D, 6 universidades. Para la última categoría D, el estado ecuatoriano ejecutó una intervención en dos universidades: la Universidad de Guayaquil y la Universidad Luis Vargas Torres de la ciudad de Esmeraldas.

Desde el 23 de octubre de 2013 la Universidad de Guayaquil está intervenida, con lo cual se implementaron los procesos necesarios para que la institución acredite a una mejor categoría. Entre los procesos que involucran a toda la universidad, el más importante es el proceso de Acreditación, proceso que se inicia en 2014 y que tiene criterios que todas las facultades deben cumplir para acreditar y aportar a su vez a la acreditación de la Universidad.

Los criterios de acreditación son Pertinencia, Academia, Estudiantes, Plan curricular y Ambiente institucional.

El criterio del cual hacemos referencia en este estudio es el criterio de Academia, el cual presentó información importante e interesante que fue insumo de nuestra revisión y análisis. Este criterio recepta, recopila, analiza y presenta información referente entre otros a la plantilla docente.

La LOES en su artículo 149 que se refiere a los tipos de profesores o profesoras del sistema textualiza:

Los profesores o profesoras e investigadores o investigadoras serán: titulares, invitados, ocasionales u honorarios.

Los profesores titulares podrán ser principales, agregados o auxiliares. El reglamento del sistema de carrera del profesor e investigador regulará los requisitos y sus respectivos concursos.

El tiempo de dedicación podrá ser exclusiva o tiempo completo, es decir, con cuarenta horas semanales; semi exclusiva o medio tiempo, es decir, con veinte horas semanales; a tiempo parcial, con menos de veinte horas semanales. (Asamblea, 2010)

Con base a la determinación de este artículo legal, la Facultad de Ciencias Administrativas aplica estas categorías docentes en las nueve carreras que oferta con su respectivo tiempo de dedicación semanal.

El presente estudio tiene como objetivos: describir las categorías docentes determinando si la titulación que poseen los docentes se clasifica en endogámica; y socializar la información obtenida con la comunidad universitaria para que sirva de referencia para análisis y discusión posterior.

Desarrollo.

Conceptualizaciones.

Para el desarrollo de este estudio debemos en primer lugar, describir los conceptos necesarios para una asimilación adecuada de la información del documento.

El concepto Endogamia objeto de nuestro estudio tiene diversos enfoques que van desde la genética, social, religiosa y académica. Es así que podemos conceptualizar estos tipos de Endogamia a continuación.

Endogamia genética.

Cruzamiento entre individuos de una raza, comunidad o población aislada genéticamente. (RAE, 2014)

La endogamia genética es un proceso de reproducción entre seres del mismo grupo que comparten una historia genética común, lo cual en la mayoría de los casos provoca alteraciones genéticas en los descendientes de la pareja endogámica.

Endogamia social.

Según la (RAE, 2014) endogamia social es; la práctica de contraer matrimonio personas de ascendencia común o naturales de una pequeña localidad o comarca.

Esta costumbre implica el fortalecimiento de los lazos familiares por medio del casamiento entre personas de familias o grupos sociales relacionados. Esta práctica muy común en la India hasta la actualidad se materializa con los casamientos entre personas de la misma casta sin poder mezclarse con las castas inferiores como una forma de mantener su poder económico y político.

Endogamia religiosa.

Es la relación de cruce genético de seres que comparten una misma creencia religiosa, oponiéndose a la inclusión de otros seres que no son parte de su creencia. Esta práctica es muy común en religiones radicales como el judaísmo y el islamismo con influencia en los países asiáticos y en los países donde se encuentran creyentes de estas religiones.

Endogamia académica.

La endogamia académica es la actitud que deviene en costumbre, practicada por el conjunto de autoridades, docentes e investigadores de una universidad que promueven la inclusión en sus procesos sustantivos de profesionales de tercer o cuarto nivel graduados en su institución de educación superior.

Según (Fernández, 2004) “una definición más abarcadora de endogamia académica incluiría a todas las actitudes y acciones tendientes a formar grupos (de docentes o investigadores, fijos o circunstanciales, aislados o abarcadores) entre personas relacionadas, directa o indirectamente por vínculos que los comprometen con el grupo, ya sean estos de naturaleza familiar, laboral o social. De esta manera se mezclan los intereses académicos con los personales, ocasionando conflictos que provocan homogeneidad y debilidad del arbitraje o control que conspira contra la calidad de los procesos académicos”.

En otros países la endogamia académica ha encendido las alertas (Orellano, 2015) hay que observar que la endogamia académica, es decir la formación de investigadores exclusivamente en un solo centro académico donde se gradúan y posteriormente trabajan en la docencia o investigación, si es perjudicial y hasta prohibida en varios países y universidades.

La FCA-UG y la situación actual de sus docentes.

La FCA se origina de la escisión de la Facultad de Ciencias Económicas en junio de 1972, fecha en que la Junta de Facultad solicita la creación de la FCA al H. Consejo Universitario, el mismo que en sesión del 5 de septiembre de 1972, aprueba la creación de la nueva facultad, la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil.

La nueva facultad inicia su oferta académica con la Escuela de Ingeniería Comercial y ocho años después en marzo de 1980 la FCA crea la Escuela de Contaduría Pública y Auditoría., siendo estas dos carreras las más antiguas de la Facultad y que siguen formando parte de la misma.

La Facultad de Ciencias Administrativas está formada en la actualidad por nueve carreras que son: Ingeniería en Comercio Exterior, Contaduría Pública Autorizada, Ingeniería en Gestión Empresarial, Ingeniería Comercial, Ingeniería en Sistemas Administrativos Computarizados, Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial,

Ingeniería en Tributación y Finanzas y dos carreras virtuales a distancia como son Ingeniería Comercial y Contaduría Pública Autorizada.

Luego de la promulgación de la LOES y el RRA la Universidad y la facultad se acogen a este ordenamiento legal y elimina la precarización docente que era una práctica generalmente aceptada por décadas en el sistema de educación superior.

En la actualidad la FCA cuenta con un total de 410 docentes registrados en los dos ciclos del año 2015 los cuales están asignados a las nueve carreras que la componen.

El estudio presente se clasifica según sus características en descriptivo, transversal, retrospectivo y observacional.

Se considera descriptivo porque este estudio sólo va a describir un fenómeno en un momento dado y no va a inferir en sus causas. Lo determinamos transversal debido a que examina la relación de una variable en este caso endogamia con otra variable, docentes; que forma parte de una población y en un tiempo determinado. Es retrospectivo porque su diseño es a posteriori de los hechos estudiados y la información se la ha obtenido de archivos y bases de datos a las cuales hemos tenido acceso. El estudio es observacional porque el fenómeno estudiado estará limitado a la observación, medición y análisis de determinadas variables por parte de los investigadores sin influir en el comportamiento de las mismas.

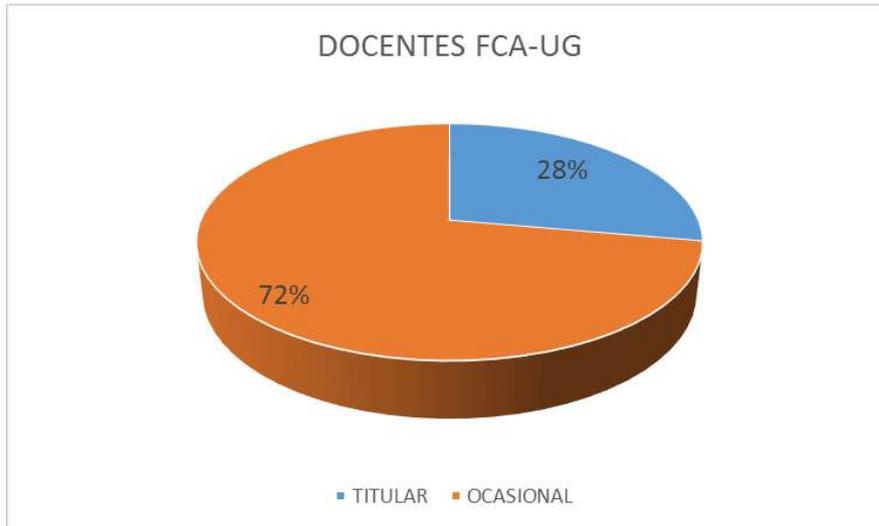
La población estudiada fue la plantilla docente de la FCA correspondiente a los dos ciclos del periodo 2015, población que se segmentó en Docentes titulares y ocasionales como lo muestra la Tabla 1.

TABLA 1. DOCENTES FCA-UG

Categoría	Número docentes	de	Porcentaje
Docente titular	113		27
Docente ocasional	297		73
Total	410		100

Fuente: Acreditación FCA-2016

Elaboración: Autor.



Fuente: Acreditación FCA.

Elaboración: Autor.

El gráfico anterior nos muestra la población objeto de estudio; como se definió anteriormente, la FCA cuenta con 410 docentes en su totalidad, de los cuales 113 son docentes titulares con un porcentaje del 28% y 297 son docentes ocasionales con un porcentaje del 72%.

Docentes titulares y la procedencia de su titulación.



Fuente: Acreditación FCA.

Elaboración: Autor.



Fuente: Acreditación FCA.

Elaboración: Autor.

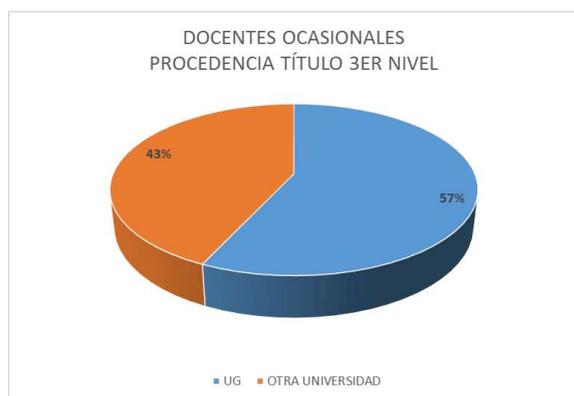
Los docentes titulares representan el 28% del total de la plana docente de la FCA, de este porcentaje se determina que de los 113 docentes que componen este grupo, 78 docentes obtuvieron su título de tercer nivel en la Universidad de Guayaquil y 35 docentes lo obtuvieron en las otras universidades del sistema.

Estos valores indican que del total de profesores titulares el 69% obtuvo su título en la UG, el 31% lo obtuvo en otras universidades diferentes a la UG.

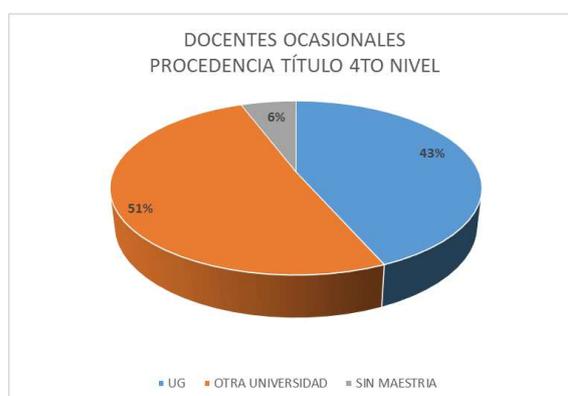
De acuerdo a la procedencia de la titulación de cuarto nivel de los docentes titulares de la FCA, 50 obtuvieron sus títulos de Magísteres en la Universidad de Guayaquil, 54 docentes los obtuvieron en otras universidades del sistema, y nueve docentes no poseen título de cuarto nivel.

Estos valores indican que del total de profesores titulares, el 44% obtuvo su título de postgrado en la UG, el 48% lo obtuvo en otras universidades del sistema y un 8% no posee título de cuarto nivel.

Docentes ocasionales y la procedencia de su titulación.



Fuente: Acreditación FCA.
Elaboración: Autor.



Fuente: Acreditación FCA.
Elaboración: Autor.

Los docentes ocasionales representan el 73% del total de docentes que forman parte de la FCA, de este porcentaje se determina que de los 297 docentes que integran este rubro, 169 obtuvieron sus títulos de tercer nivel en la Universidad de Guayaquil y 128 lo obtuvieron en otras universidades del sistema.

Estos valores indican que del total de profesores ocasionales el 57% obtuvo su título profesional en la UG, el 43% lo obtuvo en otras universidades diferentes a la UG.

En lo que respecta a la procedencia de los títulos de cuarto nivel, los docentes en un número de 129 lo obtuvieron en la Universidad de Guayaquil, 151 docentes obtuvieron sus títulos en otras universidades diferentes a la UG, y 17 no poseen título de cuarto nivel.

Estos valores indican que del total de profesores ocasionales, el 43% obtuvo su título de postgrado en la UG, el 51% lo obtuvo en otras universidades del sistema y un 6% no posee título de cuarto nivel.



Fuente: Acreditación FCA.
Elaboración: Autor.



Fuente: Acreditación FCA.
Elaboración: Autor.

En porcentajes totales de los 410 docentes de la UG, el 60% obtuvo sus títulos de tercer nivel en la UG, y el 40% en otras universidades. En lo que respecta al título de cuarto nivel el 44% de los docentes lo obtuvo en la UG, el 50% lo obtuvo en una universidad diferente a la UG y el 6% de los docentes no ha obtenido aún un título de postgrado.

Determinación endogámica.

La endogamia académica es sin duda una situación que se puede evidenciar pero que no todas las IES trata de evitar. Si bien no tiene una restricción legal o existe alguna normativa al respecto, se la considera una práctica controversial. Las IES que optan por enriquecer su acervo académico y cultural con experiencias y conocimientos de otras universidades del Sistema de Educación Superior, abren sus puertas a Docentes graduados en otras IES.

En países desarrollados como Alemania y Reino Unido la media de la práctica endogámica es del 8%, en Italia el 24% y en nuestro continente EEUU tiene un porcentaje de endogamia que oscila entre el 10% y el 20%, los países antes mencionados son países que tienen varias universidades en el ranking de las mejores universidades del mundo; según el Ranking de Shangai, Alemania posee tres universidades, Reino Unido posee ocho, EEUU posee 50 dentro de las 100 mejores, e Italia la mejor ubicada está en el puesto 151 del ranking.

Según (Cruz, 1999) Sin mecanismos efectivos que permitan neutralizar la endogamia académica, no es posible potenciar los recursos académicos al interior del posgrado. Nuestro argumento es que la diversidad y la pluralidad son elementos constitutivos de una formación integral y universal. Esta es una misión propia de las instituciones universitarias, y no así de las de orientación tecnológica. En este sentido, la formación en otras instituciones no se constituye como la única estrategia. En dicha estrategia pueden conjuntarse, entre otras más, estancias sabáticas, organización de cátedras conjuntas o virtuales, cursos de posgrado con participación de especialistas en el

ramo, investigación conjunta, así como el intercambio de estudiantes en cursos de posgrado.

La endogamia no es una práctica negativa en todos los aspectos, si bien se asume que provoca una autarquía académica, donde las IES son polos desconectados de la sociedad del conocimiento y se alimentan del producto de sus propios procesos enseñanza y aprendizaje, existen IES que al obtener un grado de excelencia optan por contratar a profesionales que han obtenido su título de tercer o cuarto nivel en la misma institución. Esta práctica endogámica se la podría definir de positiva debido a que no se produce ese círculo vicioso de satisfacer la necesidad de docentes con los propios egresados de la institución. Desde este enfoque ético y con una perspectiva profesional las universidades pueden incurrir en esta práctica que se convertiría en un círculo virtuoso, es decir, el efecto multiplicador de la excelencia académica estaría asegurado.

Lo expuesto antes, nos da una idea de que la endogamia se puede clasificar en dos tipos: una con enfoque positivo y otra con un enfoque negativo. Los criterios que se tomaron en cuenta para esta clasificación son los resultados que manifiesta esta práctica en las IES. La endogamia positiva tiene una perspectiva en el tiempo, donde la ética y la academia son los ejes de la vinculación de los docentes en una IES. La endogamia negativa es la práctica común donde se vincula docentes que han realizado sus estudios en la IES que lo contrata, estableciéndose una relación fraternal de compromiso con los contratantes y no con la excelencia y los objetivos estratégicos de la institución.

Para el presente estudio se ha clasificado los 410 docentes de la FCA de acuerdo al criterio titulación, es decir se los clasificó con base a la información de procedencia de sus títulos de tercer y cuarto nivel, determinándose dos tipos: docente endogámico total y endogámico parcial.

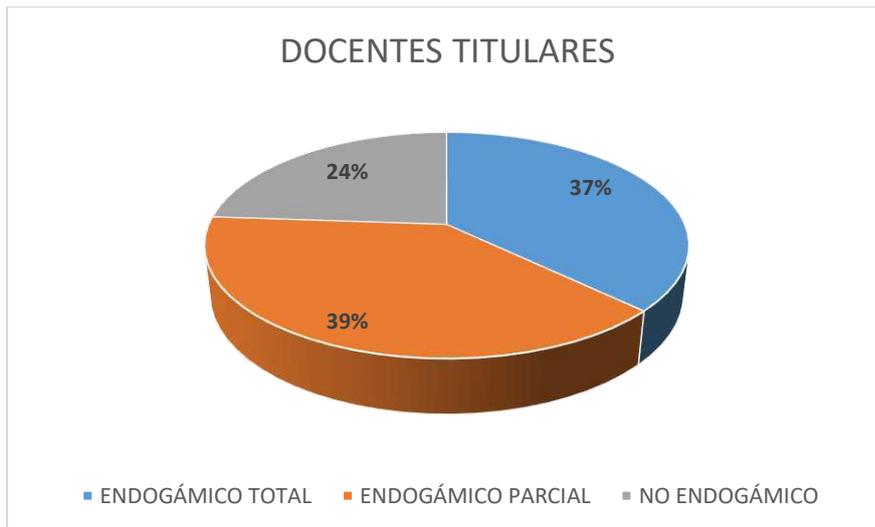
Docente endogámico total.

Se determina así al docente vinculado contractualmente con la IES en la que ha estudiado y obtenido sus dos títulos académicos, el de tercer y cuarto nivel.

Docente endogámico parcial.

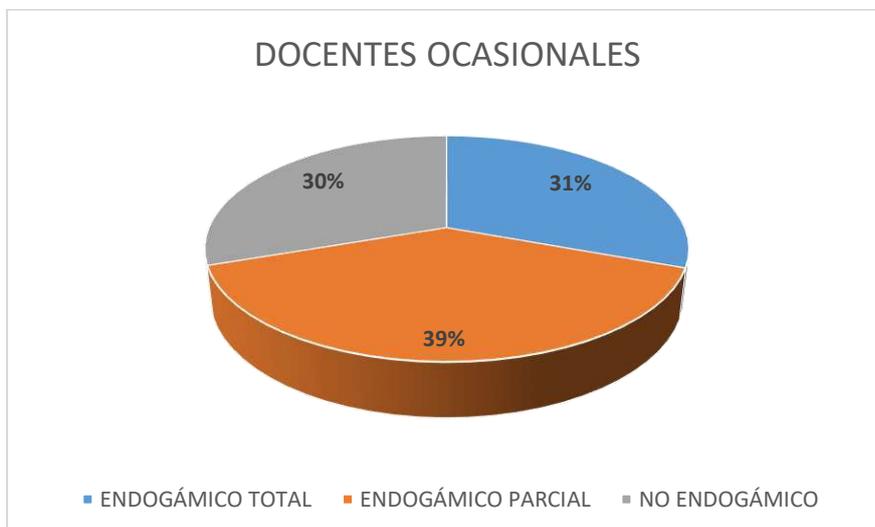
Se determina así al docente vinculado contractualmente con la IES en la que ha estudiado y obtenido uno de sus dos títulos académicos, sea el de tercer o cuarto nivel.

Docencia endogámica FCA-UG.



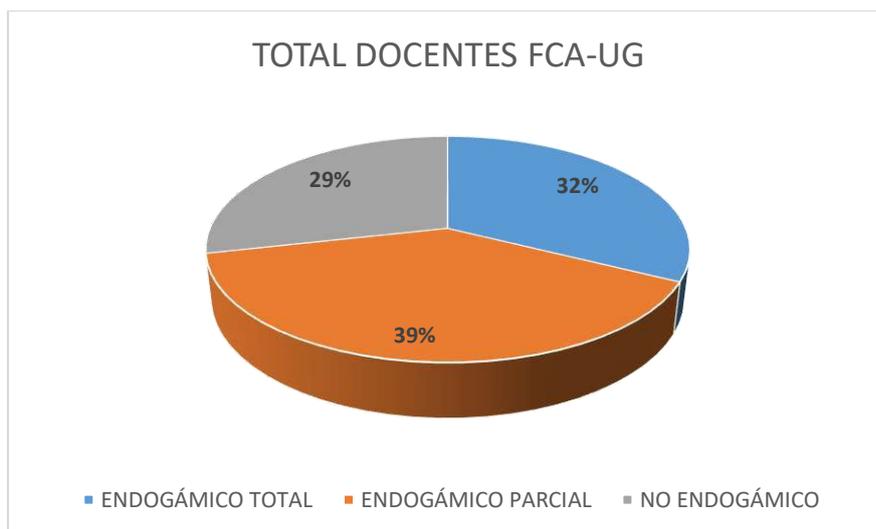
Fuente: Acreditación FCA.
Elaboración: Autor.

El gráfico precedente muestra los porcentajes de docentes titulares que según la clasificación propuesta y la base de datos de sus títulos es la siguiente: el 37 % de los docentes titulares se los determinó como endogámico total, con un porcentaje un poco mayor el 39 % se lo calificó de endogámico parcial y el 24 % de los docentes titulares son exogámicos.



Fuente: Acreditación FCA.
Elaboración: Autor.

De acuerdo al gráfico precedente se muestra los porcentajes de docentes ocasionales, que según la clasificación propuesta y la base de datos de sus títulos es la siguiente: el 31 % de los docentes ocasionales se los determinó como endogámico total, con un porcentaje un poco mayor el 39 % se lo calificó de endogámico parcial y el 30 % de los docentes titulares son exogámicos.



Fuente: Acreditación FCA.

Elaboración: Autor.

El gráfico presente con base a la muestra de los 410 docentes de la FCA-UG expone los resultados de la clasificación propuesta para el estudio de acuerdo a la procedencia de los títulos académicos de la plantilla, donde el 32 % de los docentes se los clasifica como endogámicos totales, mientras que el 39 % se los clasifica como endogámicos parciales y el 29 % del total de los docentes de acuerdo a la procedencia de sus títulos se clasifican como no endogámicos.

Los datos anteriores muestran en su totalidad los porcentajes de docentes endogámicos de la FCA-UG, observando que los docentes en los cuales se evidenció la característica endogámica, es decir uno o los dos títulos académicos de tercer o cuarto nivel fueron obtenidos en la IES que lo contrata o le confiere un nombramiento, suman el 71 % de la totalidad de los docentes, manteniéndose el 29% para los docentes exogámicos, infiriéndose que de cada 10 docentes de las FCA siete son endogámicos.

Conclusión.

El Sistema de Educación Superior ecuatoriano está un proceso de aseguramiento de la calidad, por tal motivo se requieren como insumo estratégico Universidades de Excelencia y en consecuencia docentes que posean un nivel académico satisfactorio para formar parte de las plantillas de las universidades.

Con la implementación de una normativa legal para las IES desde 2010, se establecen los requisitos necesarios para acceder a la docencia universitaria, requisitos que en algunos casos son exiguos para la misión estratégica que desarrolla un docente dentro del sistema académico superior, donde debe primar la rigurosidad académica la experiencia y la probidad.

En su totalidad la FCA-UG consta de 410 docentes de los cuales el 28 % son docentes titulares y el 72 % son docentes ocasionales, es decir de cada 10 docentes en la FCA tres son titulares y siete son ocasionales.

La endogamia en su concepto más básico se determinó que no sólo es un fenómeno propio de la genética, biología o religión sino que también es una condición no natural que se ha establecido como una práctica generalmente aceptada en las IES públicas y privadas.

Con esta información se hace hincapié que las IES deben abrir sus puertas a docentes que posean experiencias, habilidades y competencias que han sido desarrolladas a lo largo de su experiencia o que hayan sido producto de otras universidades que no sean la IES donde obtuvo sus títulos académicos.

Se conceptualiza en este estudio los dos tipos de docentes endogámicos presentes en la FCA-UG y se establece también la presencia de docentes exogámicos, es así que se determina que en el año 2015 que incluye los dos ciclos del periodo lectivo el 71 % de los docentes son endogámicos, el 29 % son no endogámicos, es decir siete de cada 10 docentes son endogámicos.

Como punto de reflexión, la endogamia debe ser analizada por cada IES de acuerdo a su contexto académico y perspectiva de excelencia a futuro y concienciar que la práctica de esta, se contrapone al principio de universalidad y al acceso a la carrera docente en IES públicas y privadas con base al mérito académico, la experiencia, la producción científica y la calidad de la enseñanza impartida a los estudiantes.

Bibliografía.

Asamblea. (2008). *Constitución de la República*. Montecristi.

Asamblea. (2010). *Ley Orgánica de Educación Superior*. Quito: Asamblea Nacional.

Cruz, C. (1999). Cambio y mejoramiento de los programas de posgrado en las áreas de gobierno, administración y políticas públicas en México: elementos para la reflexión. *IV Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*. México DF.

Fernández, R. (2004). La endogamia académica universitaria. Una visión desde el siglo XX. *Congreso, retos y expectativas*. México.

Orellano, S. (2015). La producción en la investigación: horizontes en la actualidad. *Ventana científica*, 50-53.

RAE. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: RAE.

013. MODELO DE INTEGRACIÓN DE PROCESOS ACADÉMICOS Y ADMINISTRATIVOS EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

Autores:

Ing. Oiner Gómez Baryolo. PhD

Doctor en Ciencias Técnicas

Máster en Administración de Empresas (Mención en Telecomunicación)

Docente de la Facultad de Sistemas Computacionales y Telecomunicaciones de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Samborondón, Guayas, Ecuador

ogomez@ecotec.edu.ec

Ing. Lizandro Antonio Molina Sabando. MSc

Jefe de Desarrollo de la Unidad Central de Coordinación Informática de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Manabí, Manta, Ecuador.

lizandro.molina@uleam.edu.ec

RESUMEN

Ecuador se encuentra en un proceso de formalización de la calidad de la enseñanza, con este objetivo ha establecido normas y lineamientos que permitan a las instituciones de educación superior (IES) brindar a sus estudiantes una educación de mayor calidad. Para ello es necesario contar con procesos bien definidos y una gestión económica sólida que propicie el crecimiento y la mejora continua de la institución. Muchas de las universidades no cuentan con un modelo de gestión de los procesos académicos y administrativos que le permitan obtener los resultados esperados con el mínimo esfuerzo y recursos.

Por tal motivo la presente investigación propone un modelo que integra los procesos sustantivos dentro de una IES, así como su integración y responsabilidades para cumplir los objetivos planteados. El modelo está soportado por un fuerte componente tecnológico que comprende varios subsistemas que interoperan entre sí, para brindar información de calidad y oportuna que permita tomar decisiones referentes al proceso de enseñanza-aprendizaje.

Palabras Claves: *calidad de la enseñanza, gestión de procesos académicos, información de calidad*

I.- INTRODUCCIÓN

La constante evolución que experimenta la sociedad, constituye un reto para las universidades, por su responsabilidad en la formación de profesionales capaces de aplicar y transformar los métodos, herramientas y tecnologías de su escenario laboral. Las Instituciones de Educación Superior (IES) deben reinventarse constantemente y velar por que su cuerpo docente se encuentre inmerso en una constante actualización en el dominio de conocimientos y habilidades de su profesión. Se hace necesaria implementar una formación no limitada a un período, en el cual se aprendan las destrezas elementales necesarias para resolver

problemas reales de la sociedad y de esta forma convertirse en un ente transformador de su entorno. Las IES deben enseñar a sus estudiantes los métodos para apropiarse de nuevos conocimientos y desaprender los que sean obsoletos.

El vertiginoso desarrollo del entorno actual trae consigo que términos como “sociedad de la información”, “sociedad del conocimiento” y “sociedad del aprendizaje” caracterizan el escenario mundial en la actualidad. La sociedad se ha hecho más exigente en cuanto a las demandas de conocimientos y habilidades que exige a sus ciudadanos. Un mundo de cambios acelerados requiere de nuevos aprendizajes, y la posibilidad de disponer de múltiples saberes alternativos en cualquier dominio del conocimiento humano, plantea la necesidad de lograr una integración y relativización del conocimiento que no puede seguir siendo sustentada en la tradicional forma de aprender por simple reproducción. Se reclama flexibilidad, diversificación y pertinencia de los currículos, lo que ha conducido a una revisión de no sólo la conceptualización tradicional de la enseñanza y el aprendizaje, el rol del estudiante y el profesor, sino incluso el papel y función de los roles administrativos de las instituciones educativas [1].

En el ámbito de las IES, el desarrollo de la sociedad del conocimiento precisa la implementación de estructuras organizativas flexibles que posibiliten tanto un amplio acceso social al conocimiento, como una capacitación personal crítica que favorezca la interpretación de la información y la generación de nuevo conocimiento. La clásica oposición gnoseológica entre el conocimiento común (doxa) y el conocimiento científico (episteme) en cuanto al modo de conocer la realidad, comprende dos variantes históricas de la cognición, la empírica y la científica [2]. La cognición es resultado de la unidad e interacción entre lo sensorial y lo racional, entre el objeto y el sujeto, enfoque que supera los abordajes unilaterales [3].

Así, el empirismo solo reconoce validez al conocimiento que se nos da a través de los órganos de los sentidos y que es susceptible de investigación a través de la experimentación. Aquí la verdad está en el objeto. Sin embargo, el conocimiento no es solo lo que proporcionan los órganos de los sentidos, pues las representaciones sensoriales están siempre impregnadas del pensamiento. El conocimiento empírico procede de la experiencia (observación, experimentación). El conocimiento teórico devela los nexos y regularidades procedentes de la experiencia mediante el pensamiento abstracto. Los niveles empírico y teórico del conocimiento están dialécticamente relacionados [4].

La formalización y el control que establecen los organismos de control en el Ecuador para elevar la calidad del proceso de enseñanza aprendizaje, ha generado que las IES adopten modelos de gestión de la calidad en la educación superior, puesto que se llevan a cabo algún tipo de sistemas de tipo formal, mientras que otras universidades utilizan algún tipo de mecanismo de control para sus procesos. La gestión de la calidad en las IES se ha convertido en una práctica imprescindible y consolidada en la mayoría de las organizaciones de este tipo, a pesar de esto no en todas se implementan modelos de gestión de la calidad eficientes que integren todos los procesos y entes que participan en la enseñanza y el aprendizaje.

En consecuencia, las IES debe generar lineamientos e implementar mecanismos sobre gestión de calidad, que permitan direccionar a la Institución y establecer objetivos con miras a lograr la excelencia en sus procesos sustantivos, cual son:

docencia, investigación, extensión y, todos aquellos que apoyan estos procesos como la gestión del talento humano. El propósito que ha de tener todo proceso es ofrecer al cliente/usuario un servicio o producto que cubra sus necesidades y que satisfaga sus expectativas con el mayor grado de rendimiento en servicio y calidad. Los resultados deseados en los procesos dependen de los recursos, la habilidad y motivación del personal involucrado en el mismo, mientras los procedimientos son solo una serie de instrucciones elaboradas para que ejecute una persona o conjunto de personas.

Para identificar los procesos de una organización, debe tomarse en consideración la misión institucional, desde la cual se originan los procesos medulares y los que deberían desarrollarse para alcanzar la visión de futuro.

La docencia debe ser el proceso fundamental de cualquier IES, a pesar de esto los componentes de investigación y vinculación con la sociedad constituyen procesos que fortalecen la formación del estudiante y lo prepara para saber emprender y ser útil a la sociedad. Existen otros procesos comprendidos en el área administrativa que constituyen la base para brindar una docencia de calidad. Entre ellos se encuentran los siguientes [5]:

- Talento Humano: debe garantizar la selección, capacitación constante y control del personal académico y administrativo. Este proceso debe estar fuertemente integrado al proceso docente para lograr una sinergia entre las partes.
- Gestión tecnológica: debe garantizar el correcto funcionamiento del software y hardware puesto al servicio de la comunidad universitaria, con el fin de lograr un aprovechamiento óptimo de la información y facilitar la gestión de todos los procesos de la institución.
- Gestión financiera: debe garantizar una buena administración de los recursos financieros de la institución, estableciendo normas y políticas que regule las relaciones con los proveedores, el pago de docentes y personal administrativo y la cobranza a los estudiantes.
- Admisiones: debe velar por el crecimiento de la matrícula de la institución, aplicando políticas promocionales e informativas que lleguen a cada uno de los posibles interesados.
- Marketing y publicidad: debe garantizar la visibilidad de la universidad en todos los medios posibles, dando a conocer todo lo que realiza la institución por mejorar sus procesos académicos y dar un servicio de calidad. Además, debe establecer estrategias en conjunto con Admisiones para fomentar el ingreso de nuevos estudiantes.

El significado de calidad educativa

Si bien la mayoría puede estar en principio de acuerdo en que es importante impulsar la calidad educativa, el significado de la expresión “calidad educativa” es controvertido porque siempre tendrá una connotación histórica ya que puede evolucionar en el tiempo y representará un cierto ideal o aspiración de la sociedad

en su conjunto o de grupos y por sí mismo. La diversidad de posturas existentes siempre le va a condicionar a lo que cada persona o grupo de personas considera que debe ser el fin o propósito principal de la educación como actividad humana. Por lo tanto, no se trata de un concepto neutro, sino que tiene una fuerte carga social, económica, cultural y política.

Muchos creen equivocadamente que existe un consenso sobre cuáles deben ser los fines de la tarea educativa, cuando en realidad esto depende de la manera como las personas conciben la sociedad ideal, a cuya consecución debería contribuir el sistema educativo como mecanismo de socialización y de creación de capacidades y emprendimiento para transformar y mejorar la sociedad.

En el Ministerio de Educación del Ecuador ha trabajado con un concepto de calidad educativa complejo y multidimensional, según el cual nuestro sistema educativo será de calidad en la medida en que los servicios que ofrece, los actores que lo impulsan y los productos que genera contribuyan a alcanzar ciertas metas o ideales conducentes a un tipo de sociedad democrática, armónica, intercultural, próspera, y con igualdad de oportunidades para todos.

Todo esto implica que, para que el sistema educativo sea de calidad, debemos tomar en cuenta no solo aspectos tradicionalmente académicos (rendimientos estudiantiles en áreas académicas como matemáticas y lengua, usualmente medidos mediante pruebas de opción múltiple), sino también otros como el desarrollo de la autonomía intelectual en los estudiantes y la formación ética para una ciudadanía democrática, por citar solamente dos ejemplos. También son ejemplos de contribución a la calidad las buenas actuaciones de los docentes en su acción profesional o la efectiva gestión de los centros escolares.

Los sistemas educativos de las sociedades contemporáneas son sistemas complejos que en la práctica confieren un alto nivel de autonomía a los agentes en los centros escolares, y por eso cualquier cambio profundo debe ser gestado desde su interior. Tradicionalmente, los intentos de mejorar la calidad educativa en el país han sido procesos predominantemente verticales, dirigidos desde el estado central. Se quiere modificar esta dinámica, y procurar que el cambio sea impulsado desde los propios centros educativos, y con la participación de la comunidad.

Para que esto sea posible, el Ministerio, como institución rectora de la educación en el país, tiene la misión de formular criterios orientadores para la acción y al mismo tiempo indicar niveles de cumplimiento claros y públicamente conocidos que materialicen en la práctica el concepto de calidad educativa. Estos criterios y niveles de cumplimiento que llamamos estándares servirán para orientar y apoyar a los actores del sistema en su desempeño y también para monitorear la calidad de su actuación a través de un sistema de evaluación adecuado y pertinente.

Estándares de la calidad educativa

La Constitución del Ecuador establece en su artículo 26 que “la educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado”, y en el artículo 27 agrega que la educación debe ser de calidad. Para establecer qué es una educación de calidad, se necesita primero identificar qué tipo

de sociedad queremos tener, pues un sistema educativo será de calidad en la medida en que contribuya a la consecución de esa meta.

Adicionalmente, un criterio clave para que exista calidad educativa es la equidad, que en este caso se refiere a la igualdad de oportunidades, a la posibilidad real de acceso de todas las personas a servicios educativos que garanticen aprendizajes necesarios, a la permanencia en dichos servicios y a la culminación del proceso educativo.

Por lo tanto, de manera general, el sistema educativo será de calidad en la medida en que dé las mismas oportunidades a todos, y en la medida en que los servicios que ofrece, los actores que lo impulsan y los resultados que genera contribuyan a alcanzar las metas conducentes al tipo de sociedad que aspiramos para nuestro país.

Los estándares de calidad educativa son descripciones de los logros esperados correspondientes a los diferentes actores e instituciones del sistema educativo. En tal sentido, son orientaciones de carácter público que señalan las metas educativas para conseguir una educación de calidad. Así, por ejemplo, cuando los estándares se aplican a estudiantes, se refieren al conjunto de destrezas del área curricular que el alumno debe desarrollar a través de procesos de pensamiento, y que requiere reflejarse en sus desempeños. Por otro lado, cuando los estándares se aplican a profesionales de la educación, son descripciones de lo que estos deberían hacer para asegurar que los estudiantes alcancen los aprendizajes deseados. Finalmente, cuando los estándares se aplican a los establecimientos educativos, se refieren a los procesos de gestión y prácticas institucionales que contribuyen a que todos los estudiantes logren los resultados de aprendizaje deseados [6].

Los estándares propuestos aspiran a tener las siguientes características:

- Ser objetivos básicos comunes por lograr.
- Estar referidos a logros o desempeños observables y medibles.
- Ser fáciles de comprender y utilizar.
- Estar inspirados en ideales educativos.
- Estar basados en valores ecuatorianos y universales.
- Ser homologables con estándares internacionales pero aplicables a la realidad ecuatoriana.
- Presentar un desafío para los actores e instituciones del sistema.

¿Para qué sirven los estándares de calidad educativa?

El principal propósito de los estándares es orientar, apoyar y monitorear la acción de los actores del sistema educativo hacia su mejora continua. Adicionalmente, ofrecen insumos para la toma de decisiones de políticas públicas para la mejora de la calidad del sistema educativo.

Otros usos más específicos de los estándares de calidad educativa son:

- Proveer información a las familias y a otros miembros de la sociedad civil para que puedan exigir una educación de calidad.
- Proveer información a los actores del sistema educativo para que estos puedan:
 - determinar qué es lo más importante que deben aprender los estudiantes, cómo debe ser un buen docente y un buen directivo, y cómo debe ser una buena institución educativa;
 - realizar procesos de autoevaluación;
 - diseñar y ejecutar estrategias de mejoramiento o fortalecimiento, fundamentados en los resultados de la evaluación y autoevaluación.
- Proveer información a las autoridades educativas para que estas puedan:
 - diseñar e implementar sistemas de evaluación de los diversos actores e instituciones del sistema educativo;
 - ofrecer apoyo y asesoría a los actores e instituciones del sistema educativo, basados en los resultados de la evaluación;
 - crear sistemas de certificación educativa para profesionales e instituciones;
 - realizar ajustes periódicos a libros de texto, guías pedagógicas y materiales didácticos;
 - mejorar las políticas y procesos relacionados con los profesionales de la educación, tales como el concurso de méritos y oposición para el ingreso al magisterio, la formación inicial de docentes y otros actores del sistema educativo, la formación continua y el desarrollo profesional educativo, y el apoyo en el aula a través de tutorías;
 - informar a la sociedad sobre el desempeño de los actores y la calidad de procesos del sistema educativo.

La falta de integración de los procesos dentro de una IES provoca la falta de comunicación entre los entes participantes, en el proceso de enseñanza – aprendizaje. Trae consigo la inconsistencia y duplicidad de información afectando la toma de decisiones acertadas y complejiza los trámites. Todo lo planteado influye directamente en los resultados obtenidos en las evaluaciones realizadas por los organismos de control [7].

El presente trabajo tiene como objetivo proponer un modelo de integración de procesos en las IES que apoye la toma de decisiones y mejore la calidad de la enseñanza.

II.- DESARROLLO

Existe evidencia a nivel mundial que sugiere que los países que cuentan con modelos de integración de procesos educativos tienden a mejorar la calidad de sus sistemas educativos. Hasta hace muy poco, el Ecuador no había tenido definiciones explícitas y difundidas acerca de qué es una educación de calidad y cómo lograrla. A partir de la implementación del nuevo régimen académico, donde se evidencia la integración y el cruce de información entre todas las partes, se puede decir que cuenta con descripciones claras de lo que se quiere lograr, y así trabajar colectivamente en el mejoramiento del sistema educativo.

Cada vez se hace mayor el número de procesos que se informatizan en las organizaciones con el fin de obtener los beneficios que genera el uso de las TIC. Los propios cambios ocurridos en el tratamiento informático han introducido transformaciones sustanciales sobre el concepto tradicional de calidad educativa. La integración de procesos en las IES y su materialización en los sistemas de información propicia mejora sustancialmente la gestión de los recursos y propicia la transparencia y calidad de la información.

La Figura: 1 muestra el modelo de integración de procesos en las IES, el mismo está formado por varios componentes que interactúan entre sí para lograr los objetivos.

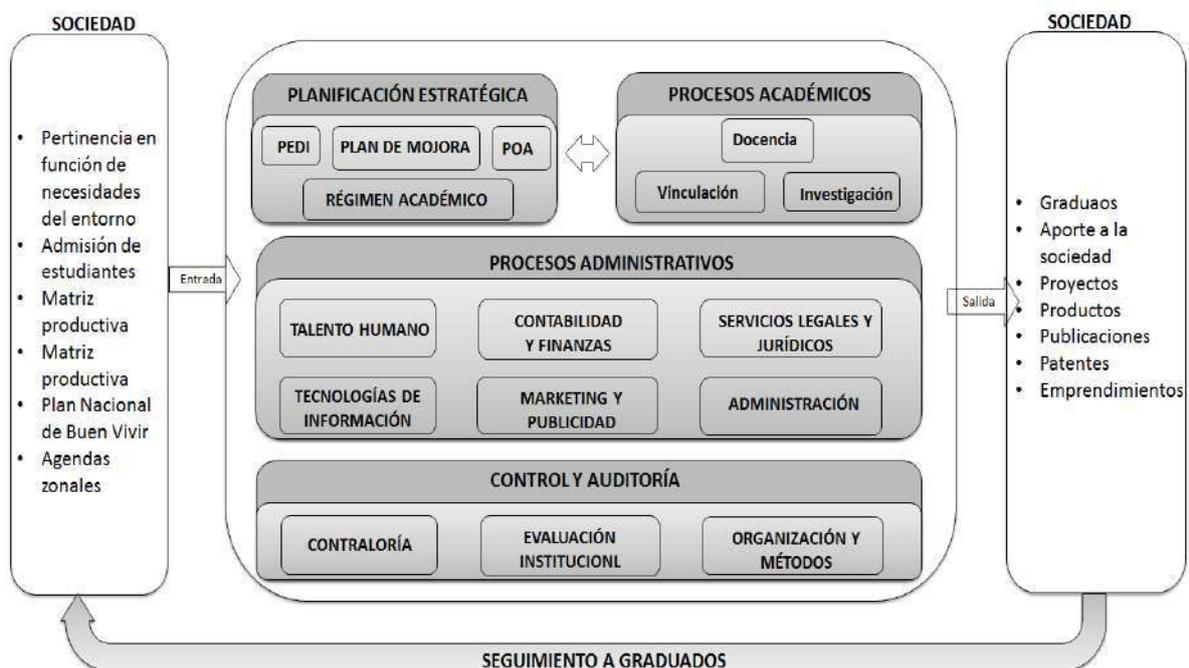


Figura: 1. Modelo de integración de proceso en las IES (elaboración propia)

El modelo propuesto recibe como entrada la evaluación de las necesidades y la pertinencia de ofertar carreras orientadas a resolver problemas de la sociedad. La universidad estudiantes ávidos de conocimiento que tienen la responsabilidad de transformar su entorno. También se analiza las proyecciones definidas en la matriz productiva, en el Plan Nacional del Buen Vivir y las Agendas Zonales. El núcleo del modelo se organiza y proyecta a partir de la planificación estratégica que se realiza tomando en cuenta el Plan estratégico de desarrollo institucional (PEDI), en el cual

se establecen los objetivos y metas a cumplir por la institución en el siguiente periodo. El PEDI se construye tomando en cuenta el plan de mejora de la organización que contempla las debilidades y las acciones que se deben tomar.

Posterior a esta planificación general se construye el plan operativo anual de la universidad y sobre la base de este los planes de cada una de las estructuras internas. Toda la proyección y planificación debe estar en correspondencia con el régimen académico de esta forma cada ente que participa en el proceso de enseñanza de aprendizaje se prepara para las operaciones que realizan los organismos de control con vista a evaluar la calidad de la enseñanza y sus procesos de apoyo.

Otros de los componentes críticos que conforman el núcleo del modelo se enmarcan en los procesos académicos los mismos son la docencia, la investigación y la vinculación. La integración de estos tres procesos y su correcto desempeño generan una enseñanza de calidad y prepara a los graduados para afrontar los retos de su vida profesional y cumplir con su función de transformar el entorno y resolver los problemas de la sociedad.

- **Docencia:** es la razón de ser de toda IES donde se socializa los conocimientos, competencias y habilidades teóricas y prácticas que deben tener los estudiantes.
- **Investigación:** es el componente que desarrolla el estudiante por medio de la búsqueda de conocimientos y soluciones existentes provistos por otros autores. Los mismo deben ser analizados y transformados por nuevos conocimientos a partir de la perspectiva de cada uno y su entorno de aplicación.
- **Vinculación:** permite desarrollar el componente práctico de sus ciencias y aportar de esta forma a la sociedad.

Todo proceso de enseñanza y aprendizaje está sustentado por una fuerte gestión administrativa que complementa y forma la base para facilitar los servicios académicos y así lograr que la enseñanza pueda fluir de forma natural y sin limitaciones. Entre los componentes que comprenden los procesos administrativos se encuentran:

- **Talento humano:** Constituye un proceso medular dentro de la gestión educativa ya que se encarga de la contratación y capacitación continua de los recursos humanos, así como la aplicación de las normativas vigentes para maximizar la calidad de los procesos institucionales.
- **Contabilidad y finanzas:** Gestiona el capital que se empleará en el desarrollo de cada una de las actividades de la institución, por lo tanto, es responsable de hacer un uso eficiente de los recursos disponibles. Debe velar por la cobranza de los servicios prestados y el pago a los proveedores.
- **Servicios legales y jurídicos:** Representan los intereses de la institución y velan que se cumplan las normas legales en cada uno de los procesos que se ejecuten.

- **Sistemas de información:** Es el sustento tecnológico que facilita la ejecución de todas las actividades académicas y administrativas de la institución. Es un proceso transversal que refleja cuan eficiente puede ser una IES y cuan organizada se encuentra para afrontar una enseñanza de calidad. Entre los componentes que integran un sistema de información dentro de una IES se encuentran los siguientes:



Figura: 2. Integración de sistemas de información (elaboración propia)

Como es posible apreciar el núcleo del sistema de información lo constituye el Sistema de Gestión Académica, el mismo se nutre de los demás componentes. Esta integración evita la redundancia de información, la pérdida de datos y la demora de los trámites administrativos y estudiantiles. También permite que se hable un mismo lenguaje dentro de la IES y que cada estructura tenga la información que requiere en el momento y sea la misma para todos.

Publicidad y marketing: está orientado a fomentar y hacer conocer todo lo que se realiza dentro y fuera de la IES y de esta forma la comunidad universitaria, padres de familia, interesados, etc. conocen todo lo que se realiza en la institución para alcanzar una enseñanza de calidad. Debe velar también porque crezca el ingreso de estudiantes a la institución por lo que debe estar en constante análisis del mercado y proponer alternativas competentes que reflejen una ventaja para los interesados.

Administración: es la base de la gestión administrativa que soporta los demás procesos de la institución, vela por la calidad de los ambientes de aprendizaje, alimentación, transportación, seguridad y demás servicios que convergen en una IES.

La calidad de cualquier proceso organizativo lo define su ejecución y la capacidad de auditoría, control y mejora continua que se pueda llevar a cabo. Por tal motivo no se concibe un modelo de gestión de procesos educativos que no esté respaldado por

un sólido componente de control y seguimiento. A continuación, se detallan tres componentes que definen el modelo propuesto para llevar a cabo esta tarea.

Contraloría: tienen entre sus objetivos velar por la correcta ejecución de los procesos académicos y administrativos de la IES. Define todo en cuanto a normativas y guías de ejecución de las actividades que se desarrollan en cada estructura. Debe mantener una constante evaluación de los procesos y proponer nuevas alternativas que fomenten la calidad de la enseñanza.

Evaluación institucional: está orientada a velar porque se cumplan las normas y regulaciones dispuesta por los organismos de control, así como la ejecución de los procesos basados en el régimen académico. Por tal motivo tiene la responsabilidad de afrontar las evaluaciones que se realicen por los entes reguladores y lograr que se ofrezca toda la evidencia de la ejecución de los procesos internos y externos de la institución, así como la integración de todas las partes participantes en el proceso de enseñanza y aprendizaje

Organización y métodos: modela y describe el flujo de actividades que se ejecutan en cada proceso de esta forma proyecta las mejores alternativas a tener en cuenta en las tomas de decisiones. Debe auditar el cumplimiento de los flujos establecidos para dar tratamiento a cada trámite dentro y fuera de la IES por tal motivo es su responsabilidad velar porque todos los procesos fluyan de forma natural y se documenten de acuerdo a lo establecido.

La interacción de los componentes que conforman el núcleo del modelo propuesto guiada por las proyecciones y regulaciones que determinan el camino a seguir por la institución permiten obtener como salida a la sociedad los siguientes resultados:

- Un graduado actor para afrontar la misión que le corresponde como ente transformador de su entorno y capaz de resolver los problemas que se presenten aplicando métodos y técnicas novedosas recibidas en su proceso académico.
- Proyectos que generan nuevos conocimientos y soluciones a problemas de la vida real aplicando métodos y técnicas novedosas. Estos descubrimientos se socializan por medio de publicaciones y eventos que se materializan en productos y patentes.
- De cada idea e investigación puede surgir un nuevo emprendimiento que brinde oportunidades a varias personas y mejoren un sector o servicio de la sociedad.

El modelo propuesto está orientado a fomentar la integración entre todos los procesos comprendidos dentro de una IES con una visión de mejora continua por medio de la identificación de problemas y debilidades y normas de solucionarlos que permiten su evolución.

III.- CONCLUSIONES

La investigación desarrollada en el marco de la integración de los procesos académicos y administrativos, así como de los sistemas de información permiten arribar a las siguientes conclusiones:

- Se evidencia continuos cambios en las normas y regulaciones que controlan la calidad del proceso enseñanza-aprendizaje en las IES. Por tal motivo las universidades deben mantenerse en constante evaluación y desarrollo de nuevas alternativas.
- Muchas de las universidades no cuentan con un modelo de gestión de la calidad de la enseñanza que integre todos sus procesos académicos y administrativos.
- La integración de los sistemas de información de la IES resulta crítica para garantizar la calidad de la información y la disponibilidad de la misma en el momento que se requiere. Por tal motivo el modelo propuesto brinda una visión integrada de los principales componentes que deben formar un sistema de información.
- El modelo propuesto resume en su núcleo los componentes fundamentales que intervienen en el proceso de enseñanza y aprendizaje, así como la interacción entre los mismos y las responsabilidades que se marcan en cada uno de ellos. De esta forma se logra proyectar de forma clara los objetivos de la universidad, las acciones para alcanzarlas, los recursos necesarios y el debido control y seguimiento de la calidad.
- El modelo permite obtener como salida un graduado más competente, más comprometido con su entorno, más emprendedor, y más preparado para afrontar las vicisitudes que se le presenten. Se obtiene además resultados importantes de la ejecución de proyectos que pueden convertirse en embriones de nuevas empresas.

IV.- BIBLIOGRAFÍA

- 1) Martínez, A. Y. Bases y principios del proceso de enseñanza- aprendizaje centrado en el aprendizaje en la UCI. La Habana, Cuba; 2009.
- 2) Fernández Sacasas J. A. ¿El Método Clínico y El Método Científico? Redalyc. Universidad de Ciencias Médicas de Cienfuegos, Cienfuegos, Cuba; 2010.
- 3) Herrera JJ, Fernández Sacasas JA, editores. Enseñanza de la Clínica (Capítulo V). La Paz: Biblioteca de Medicina, U.M.S.A; 2000.
- 4) Sánchez Linares F. Teoría del conocimiento marxista-Leninista. La Habana: Ed. Hosp. Psiquiátrico de La Habana; 1997.
- 5) De la Fuente Arias J, Martínez Vicente J .M, Peralta Sánchez, F. J And García Berbén A. V. Percepción del proceso de enseñanza-aprendizaje y rendimiento académico en diferentes contextos instruccionales de la Educación Superior. España; 2010.

- 6) Fernández Sacasas J. A. La triangulación epistemológica en la interpretación del proceso de enseñanza-aprendizaje de la medicina. Revista Cubana de Educación Médica Superior, La Habana; 2012.
- 7) Correa Delgado R., Vidal Illingworth G., Cevallos Estrellas P. Estándares de calidad educativa: Aprendizaje, Gestión Escolar, Desempeño Profesional e Infraestructura. Ministerio de Educación Superior. Ecuador; 2012.

014. SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN, PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR (IES).

Autores:

Ing. Johanna Navarro Espinosa

Coordinadora de la Unidad de Seguimiento a Graduados, y Docente de la Universidad ECOTEC, jnavarro@ecotec.edu.ec, Ecuador

Mgs. Erika Ascencio Jordán

Docente Titular de la Universidad ECOTEC, eascencio@ecotec.edu.ec, Ecuador

Resumen

La IES, se encuentran en una etapa de reestructuración y reorganización de sus procesos administrativos y académicos, buscando el mejoramiento de la calidad. Se analiza la importancia de Implementar de un Sistema de gestión de la seguridad de la información (SGSI), como la norma ISO/IEC 27001, cuya base esencial radical en la gestión documental de los procesos, controlando y mejorando su eficiencia, además de, fortalecer la seguridad de los activos de información, así como los beneficios que se genera al instaurar procedimientos y métricas, para mantener la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información, y su impacto para alcanzar el mejoramiento de la calidad.

Palabras Claves: ISO27001, Seguridad de la información, Implementación SGSI, Disponibilidad, Integridad, confidencialidad, mejoramiento de la calidad, Gestión por procesos.

Abstract

The IES, are in a phase of restructuring and reorganization of administrative and academic processes, seeking to improve quality. the importance of implementing an information security management system (ISMS) and ISO / IEC 27001, whose radical essential basis in document management processes, controlling and improving its efficiency as well as analyzes, strengthen the security of information assets, and the benefits generated by establishing procedures and metrics to maintain the confidentiality, integrity and availability of information, and its impact to achieve quality improvement.

Keywords: ISO27001, Information Security, ISMS Implementation, availability, integrity, confidentiality, quality improvement, process management.

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones son creadas con fin específico o también llamado “Giro de negocio”, en donde múltiples departamentos como talento humano, Clientes, proveedores, comunidad, inversionistas/propietarios interactúan para cumplir satisfactoriamente un objetivo en común. Estos objetivos deben concebirse de forma organizada, estructurada, controlada y sistémica, para que permitan alcanzar las metas propuestas por la organización. Para esto, es indispensable llevar a cabo una gestión por procesos, que permita alcanzar la eficiencia y eficacia de las actividades internas, utilizando indicadores y métricas de medición, que contribuya al mejoramiento continuo e incremento de la competitividad de la organización (Fernández, 2009).

El reto radica en evaluar periódicamente los procesos y lo más significativo es darle el valor, y conseguir procesos auto gestionables, que pasen formar parte del día a día de la organización. En un sistema de gestión por procesos, es prioridad el compromiso de la alta dirección para realizar una planificación efectiva, orientado a las buenas prácticas empresariales (Ekos Negocios, 2015).

La organización Internacional de Normalización (ISO) es la encargada de crear, gestionar y aprobar, distintos estándares de Sistemas de gestión, que describen procedimientos y buenas prácticas para diferentes ámbitos, como calidad, medioambiente, responsabilidad social y Riesgos y seguridad (Ekos Negocios, 2015).

La norma ISO / IEC 27001, es una norma internacional, cuya última revisión se realizó en el año 2013, describe cómo *gestionar* la seguridad de la información en una empresa (27001 Academy, s.f.). Según Acevedo (2011) define la Seguridad de la Información *como el logro, gestión y mantenimiento de la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información o activos de información*. Por su parte Calderón, Estrella y Flores (2011). lo conciben como “La protección de los activos de la información de un rango amplio de amenazas, para poder asegurar la continuidad del negocio, minimizar el riesgo comercial y maximizar el retorno de las inversiones y las oportunidades comerciales”

Esta norma fue diseñada para garantizar la selección correcta de controles, en forma de políticas, procedimientos e implementaciones, que a través de la utilización de indicadores y métricas, robustece la protección de los activos de información, proporcionando la confianza debida a las partes interesadas (International Standards Organization , 2005). Está basada en el famoso ciclo de Deming ciclo de mejora continua o ciclo PDCA (por las iniciales de Plan, Do, Check y Act) (Hector, 2011).

De acuerdo con las estadísticas publicadas por Global STD certificación (2013), la cantidad de certificaciones de gestión de la seguridad de la información (ISO/IEC 27001) entregadas,

incremento un 14% en ese año respecto a años anteriores. Por su parte, la Organización de Estándares Internacionales (ISO), publica los resultados de la encuesta del año 2014, donde países como Japón , Reino unido , China e India , lideran el ranking con 7181, 2261, 2002 y 2170 número de certificaciones obtenidas en este ámbito de seguridad de la información (ISO, 2014).

En Latinoamérica, se encuentra liderando Brasil y Colombia, con 86 y 80 certificaciones entregadas; en el ámbito Ecuatoriano, existen 7 empresas certificadas bajo el estándar ISO/IEC 27001, donde la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), se convirtió en la primera empresa pública, en adoptar las mejores prácticas y mejorar su competitividad en el mercado local de las telecomunicaciones, además cumpliendo con la obligatoriedad para las empresa de administración pública de registrarse bajo esta norma (AENOR, 2013).

Evolution of ISO/IEC 27001 certificates in Ecuador

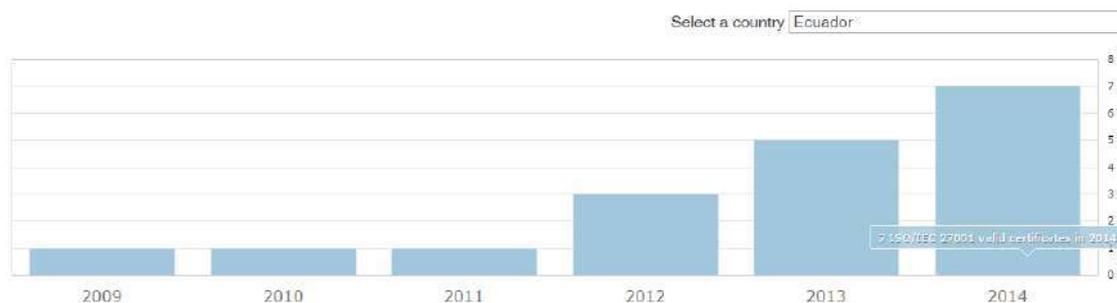


Ilustración No. 1. Evolución de certificaciones ISO/IEC 27001 entregadas en Ecuador

¿Por qué implementar un SGSI en una IES?

Los sistemas de información, las redes y la información resultante de la interacción de estos componentes, son considerados como el activo más valioso en toda organización, ya que el objetivo principal es mantener la continuidad del negocio, previniendo o mitigando los riesgos que pudieran producirse (Villafranca , Sanchez, & Fernández , 2010).

No obstante, ¿Qué organizaciones pueden implementar un SGSI?, en realidad cualquier organización donde sea necesario mantener la Integridad, confidencialidad y disponibilidad de la información y sus sistemas (Gómez, 2011). Desde septiembre de 2013, se encuentra vigente, el acuerdo ministerial No. 166, de la Secretaria Nacional de Administración Pública (SNAP), donde obliga a todas las organizaciones gubernamentales a registrarse a la norma INEN ISO/IEC 27001, para la gestión de seguridad de la información (Ekos Negocios, 2015), cumpliendo con el objetivo No. 1 del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV)¹, política 1.2 y 1.5²,

¹ Objetivo 1 "Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular"., p

² Política: 1.2.- Garantizar la prestación de servicios públicos de calidad con calidez; Política 1.5.- Afianzar una gestión pública inclusiva, oportuna, eficiente, eficaz y de excelencia.

que contempla el control y mejora continua sobre los procesos administrativos persiguiendo alcanzar la calidad y excelencia de los mismos (SNAP, 2014).

Para las IES, no existe una normativa o exigencia, acerca de la implementación de un SGSI, pero son instituciones que, de acuerdo con su giro de negocio, manejan numerosos procesos estratégicos de índole administrativo, académico y financiero, y procesos de apoyo como Recursos humanos, que generan información que es esencial para su funcionamiento, que bajo la responsabilidad del departamento de sistemas o de TI, debe estar disponible, protegida y ser confiable.



Ilustración No. 2. Esquema general de Procesos de las IES

Los activos de información en una IES, están conformados por la información, Software, hardware, servicios (conformados por los sistemas informáticos directamente relacionados con el negocio), redes de comunicación, instalaciones, soportes de información y personal (Plaza, 2014), que están expuestas a distintas amenazas que aprovechan las vulnerabilidades, que se generan por la falta de controles, incrementando los riesgos potenciales que se materializan de forma positiva o negativa, en el valor de los activos (BaldecChi, 2014).



Ilustración No. 3. Esquema general de activos de información en una IES

Sin embargo, existen organizaciones que definen sus activos, pero no identifican las amenazas a éstos, ni las debilidades que pudieran ser aprovechadas por dichas amenazas. En este sentido, es importante realizar un análisis de riesgos, para estimar su nivel, así como los criterios de aceptación, e identificar qué riesgos serán tratados y cuál será el tratamiento para disminuir su impacto (Reyes , Maderni, & Silva , 2010).

La norma ISO/IEC 27001: 2013 comprende un proceso sistemático, documentado y socializado en toda la organización. Incorpora requisitos necesarios de seguridad de la información, que se implementan y operan a través de controles y métricas, a las cuales se les realiza actividades de seguimiento, revisión de desempeño y efectividad de los procesos (Pantaleone, 2012). La gestión documental, es parte importante del SGSI, ya que se detalla la planificación, operación y control de los procesos administrativos, académicos y de seguridad, alineándose con la dinámica actual de las IES, que consiste en adoptar un proceso de revisión y reorganización administrativa, con el objetivo de establecer una organización funcional, eficaz y eficiente que simplifique la toma de decisiones y mejore los procesos administrativos y académicos (Viscaíno & Martínez, 2014).

Entre los beneficios que brinda el implementar una norma de seguridad de la información se puede mencionar el incremento en la eficiencia organizativa, ya que al mejorar o reestructurar los procesos permitirá una mejor visión y optimización del giro de negocios de la organización, así como, obtener una ventaja competitiva, ya que se puede acceder a una certificación, de la cual otras organizaciones carecen, y que puede significar una diferenciación. Menores Costos, al evitar que se produzcan incidentes o pérdidas de información y cumplir con los requerimientos legales, que cada día van en crecimiento en algunos países (27001 Academy, s.f.).

CONCLUSIONES

Las IES, se encuentran en una etapa de reestructuración organizativa, en la cual la implementación de una norma o estándar de gestión de seguridad de información, es un pilar esencial, que conlleva a utilizar las mejores prácticas, con procesos y controles claros, eficientes y efectivos, que le permitan mantener la confiabilidad, integridad y disponibilidad de la información.

Parte de la gestión por procesos, es que estos trasciendan y se acoplen a la era tecnológica en la que nos encontramos, produciendo procesos más ágiles, menos complejos y efectivos para la organización. Esto conlleva a implementar medidas y procedimientos que ayuden a reducir los riesgos y evitar posibles incidentes de seguridad, que se materialicen y generen como resultado pérdidas de información que afecten la continuidad del negocio y tengan repercusiones económicas. Por ello, es indispensable, que se realice un adecuado análisis y

gestión del riesgo, que identificar las amenazas/vulnerabilidades que les afecta, así como su nivel de riesgo, y tratamiento adecuado, soportando la toma de decisiones de la alta dirección con relación al riesgo residual aceptable.

El mejoramiento de la calidad, en el contexto de las IES, contempla el efectivizar los procesos organizativos internos, mejorar la calidad de la oferta académica, en función con las demandas profesionales, sociales y económicas, a nivel regional y nacional, fortalecer la investigación y vincular a los profesionales con las necesidades de su entorno. Por tanto, el enfoque basado en la gestión de procesos en conjunto con la implementación de SGSI, proporcionará a las IES, la autonomía necesaria, para autoanalizarse, teniendo el control sobre sus procesos y la posibilidad de articular las dimensiones de la gestión educativa, engranando los procesos educativos con las dimensiones pedagógica, administrativa, social-comunitaria y política-educativa.

Bibliografía

- 27001 Academy. (s.f.). 27001 Academy. Recuperado el 25 de 06 de 2015, de <http://www.iso27001standard.com/es/que-es-iso-27001/>
- AENOR. (Diciembre de 2013). Revista de la normalización y certificación. Obtenido de <http://www.aenor.es/revista/completos/288/pubData/source/288.pdf>
- BaldecChi, R. (09 de 2014). Implementación efectiva de un SGSI ISO 27001. Obtenido de <http://www.isaca.org/chapters8/Montevideo/cigras/Documents/CIGRAS2014%20-%20Exposici%C3%B3n%20%20CIGRAS%20ISO%2027001%20-%20rbq.pdf>
- Calderón, D., Estrella , M., & Flores, M. (2011). Implementación de un sistema de gestión aplicada al área de recursos humanos. Recuperado el 25 de 06 de 2015
- Ekos Negocios. (07 de 2015). Ekos Negocios.com. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6128>
- Fernández, J. A. (2009). Gestión por procesos. Madrid: ESIC.
- Global STD Certificacion. (2013). Global STD certificacion. Recuperado el 25 de 06 de 2015, de <http://www.globalstd.com/networks/blog/estadisticas-de-certificados-iso-2013>
- Gómez, A. (2011). Enciclopedia de Seguridad Informática. Ra-Ma Editorial.
- Hector, A. J. (08 de 11 de 2011). Magazcitem. Recuperado el 25 de 06 de 2015, de http://www.magazcitem.com.mx/?p=1574#.VYwm_Bt_Oko
- International Standars Organization . (15 de 10 de 2005). ISO. Recuperado el 25 de 06 de 2015, de http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=42103
- ISO. (2014). International Standars organization. Obtenido de <http://www.iso.org/iso/home/standards/certification/iso-survey.htm?certificate=ISO/IEC%2027001&countrycode=EC#countrypick>

- Pantaleone, F. (09 de 2012). Impacto de la ISO 27000 en organizaciones: Estudio comparativo de herramientas para la.
- Plaza, A. (2014). Elaboración de un Plan de Implementación de la ISO/IEC. Obtenido de <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/43190/7/aplazacoTFM0715presentaci%C3%B3n.pdf>
- Reyes , A., Maderni, G., & Silva , G. (2010). EL GOBIERNO DE LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN COMO INSTRUMENTO DE GESTIÓN. Obtenido de <http://www.ojs.latu.org.uy/index.php/INNOTEK-Gestion/article/download/9/8>
- SNAP. (Enero de 2014). Administración Pública.gob.ec. Obtenido de <http://www.administracionpublica.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/PROYECTO-IMPLEMENTACION-CONTROL-Y-SEGUIMIENTO.pdf>
- Villafranca , M., Sanchez, L., & Fernández , E. (2010). Recuperado el 24 de 06 de 2015
- Viscaíno, J., & Martínez, A. (2014). EXPERIENCIA ECUATORIANA PARA EL CAMBIO ORGANIZACIONAL DE LAS IES COMO PILAR FUNDAMENTAL PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD. Obtenido de <http://revistas.uv.mx/index.php/cadmiva/article/view/1646/3012>

015. LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA COMO FACTOR DE ÉXITO EN LAS UNIVERSIDADES ECUATORIANAS PARA OBTENER LA CATEGORÍA “A”.

Autores:

Ana María Arellano Arcentales, MSc.

Magister en Docencia y Gerencia en Educación Superior
Facultad de Ciencias Agrarias – Escuela de Ingeniería en Computación e Informática
Universidad Agraria del Ecuador
aarellano@uagraria.edu.ec
Ecuador

Glenda Blanc P., MBA.

Magister en Administración de Empresas
Facultad de Ingeniería en Sistemas y Telecomunicaciones
Universidad Tecnológica ECOTEC
gblanc@ecotec.edu.ec
Ecuador

RESUMEN

El presente artículo describe como la planificación estratégica se ha constituido en un proceso participativo para las Instituciones de Educación Superior, que incluye a estudiantes, docentes y funcionarios y que con el accionar diario de todos los integrantes de la IES (Institución de Educación Superior), llevan a cabo el cumplimiento de sus objetivos. Mediante la planificación las Instituciones de Educación Superior, establecen sus metas y objetivos a largo plazo, y adoptan cursos de acción para alcanzar sus propósitos trazados, mediante la asignación de recursos. Se menciona además que las IES ecuatorianas se encuentran en un proceso constante de evaluación por parte de los organismos de control del Sistema de Educación superior, los cuales por medio de un modelo de evaluación determinan características particulares de estas instituciones. Se establece que es vital que las IES trabajen para que sus procesos administrativos funcionen de manera eficiente y de esa manera se gestionen las soluciones que deben darse en corto y mediano plazo, no solo para superar las evaluaciones que el CEAACES debe llevar a cabo, sino para brindar un servicio de calidad en correspondencia con los objetivos nacionales de desarrollo. En el artículo se realiza un análisis de las categorizaciones que las IES han obtenido desde el 2009 con la primera evaluación realizada por el CONEA hasta este 2016 con los resultados de evaluación determinados por el CEAACES, una comparación de los objetivos del Plan Nacional de Buen Vivir, que desarrollaron y de los objetivos estratégicos de sus PEDI. Para finalizar se detallan en las conclusiones los aciertos realizados por las IES evaluadas para alcanzar la categorización “A”.

PALABRAS CLAVES

Planeación, Estrategia, Planeación Estratégica, Planes de Mejoras, Instituciones de Educación Superior.

INTRODUCCIÓN

“No esperes resultados diferentes si siempre haces los mismo”, una frase muy conocida de Albert Einstein, que da la pauta para determinar que el cambio y la innovación serán las constantes de la ecuación de éxito, que impulse el desenvolvimiento de las actuales organizaciones. Para lograr este objetivo será necesario cimentar el proceso de gestión en el pensamiento estratégico, tarea que requiere contar con colaboradores comprometidos, integrados como equipo, claros de su misión, su visión, sus objetivos y con la predisposición de enfrentar los retos que los organismos de control requieran.

La planeación aunque no ha sido valorada, ha existido desde hace seis mil años, desde cuando los egipcios construyeron las pirámides (COPE, 1991). La construcción de la Pirámide de Egipto y de la Gran Muralla China son evidencias tangibles de que para lograr estas monumentales edificaciones fue necesario contar con personas que llevaran las tareas de planear, organizar, dirigir, controlar y evaluar. Cabe recalcar que la planeación estratégica permite un mayor manejo de recursos, teoría que reafirma el planteamiento de que la planeación y la estrategia han estado presentes a través de la historia de la humanidad.

El ser humano se mueve en un mundo lleno de cambios, en donde la competitividad mundial, la internacionalización de la economía, la apertura de los mercados y los avances tecnológicos están destruyendo las barreras tradicionales. Estas situaciones han logrado que las organizaciones cada día sean más competitivas en miras de satisfacer las necesidades presentes y futuras de sus clientes, una herramienta que permite a las instituciones estar a la vanguardia de las exigencias del mercado es la Planificación Estratégica.

Pero el cambio no se vive solo en el mundo de los negocios, también se aprecia en los procesos cotidianos que realizan los centros de enseñanza que conforman el Sistema de Educación Superior, el cual está articulado al Sistema Nacional de Educación y al Plan Nacional de Desarrollo (PND), además en conformidad con lo estipulado en la Carta Magna se vinculará con la Función Ejecutiva del Gobierno Constitucional.

La Constitución de la República del Ecuador (2008) en su artículo 352 establece que, “El Sistema de Educación Superior estará integrado por universidades y escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos y pedagógicos; y conservatorios de música y artes, debidamente acreditados y evaluados. Estas instituciones, sean públicas o particulares, no tendrán fines de lucro”.

El Sistema de Educación Superior de la República del Ecuador 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 de regímenes de desarrollo, tal como lo presenta el Art. 350 de la Constitución Ecuatoriana.

Para lograr una formación de calidad las Instituciones de Educación Superior (IES) deberán cumplir con procesos de evaluación, siendo los organismos responsables el Consejo de Educación Superior (CES) y el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES).

El CES es el organismo de derecho público, con personería jurídica que tiene por objeto la planificación, regulación y coordinación interna del Sistema de Educación Superior, y la relación entre sus distintos actores con la Función Ejecutiva y la Sociedad Ecuatoriana, el mismo que funcionará en coordinación con el CEAACES, quien normará la autoevaluación institucional, y ejecutará los procesos de evaluación externa, acreditación, clasificación académica y el aseguramiento de la calidad.

Estos organismos son los encargados de coordinar los diversos procesos de evaluación que las IES han enfrentados desde el 2009, con la primera evaluación realizada por el CONEA (Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de Ecuador), hasta este 2016 en donde aún las IES se encuentran inmersas en los procesos de Recategorización Universitaria y Acreditación de sus diversas Carreras dirigido por el CEAACES (Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior). Como consecuencia de este proceso de evaluación, y conforme al artículo 97 de la LOES, el CEAACES ha determinado la acreditación y nueva categorización de las universidades y escuelas politécnicas del sistema de educación superior del Ecuador, clasificar a esos conjuntos de universidades con un comportamiento relativamente más uniforme de desempeño respecto a los parámetros de evaluación, en cinco categorías que son A, B, C, D y E.

Dichos procesos exigen a las universidades la presentación de Planes de Autoevaluación, de Fortalecimiento y de Mejoras, los cuales se estructuran en función de la Misión, Visión y Objetivos estratégicos de la institución. Además es requisito para su funcionamiento, así como el cumplimiento de diversos y cambiantes modelos de evaluación y acreditación que incluyen criterios e indicadores medibles de forma cualitativa y cuantitativa. Además el Gobierno Nacional promueve la democratización de la Educación Superior pertinente y de calidad para intensificar procesos como el cambio de la matriz productiva y la erradicación de la pobreza. La Estrategia de Cambio de la Matriz Productiva involucra a todos los sectores del país, sin embargo, la academia representa un actor clave.

Ante este escenario, el presente artículo propone un análisis de cómo pueden las organizaciones educativas elevar su perspectiva de calidad, sin detener su operación, para visualizar su futuro y diseñar las acciones necesarias para facilitar sus procesos de mejora en el mediano y largo plazo, y con ello el fortalecimiento de la institución, esto a través de la aplicación de la Planeación Estratégica. Para su consecución el artículo está estructurado de la siguiente forma: Inicia con el marco teórico que sustenta la investigación, continúa con el análisis de las etapas que conforman la Planeación Estratégica y finalmente realiza un análisis comparativo de las acciones que en común ejecutaron las universidades que alcanzaron en este año la categoría "A".

DESARROLLO

A continuación se detallan los fundamentos conceptuales que sustentan la investigación para la consecución de los resultados.

La planeación

La planeación es la etapa que forma parte del proceso administrativo, mediante la cual se establecen directrices, se definen estrategias y se seleccionan alternativas y cursos de acción en función de objetivos y metas generales, económicas, sociales y políticas; tomando en consideración la disponibilidad de recursos reales, y potenciales que permitan establecer un marco de referencia necesario para concretar programas y acciones específicas en tiempo y espacio, logrando una predicción lo más probable del futuro para generar planes que puedan garantizar el éxito. (Rojas, 2012).

Nada es absoluto a la hora de definir un concepto, y algunos autores lo confirman al dar su punto de vista:

- Munch y García, definen a la Planeación como la determinación de los objetivos y la elección de los cursos de acción para lograrlos, con base en la investigación elaboración de un esquema detallado que habrá de realizarse en un futuro.
- Burt K. Scalan, define a la planeación como el sistema que comienza con objetivos, desarrolla políticas, planes, procedimientos y cuenta con un método de retroalimentación de información, para adaptarse a cualquier cambio en las circunstancias.
- Henry Sisk y Mario Sverdlik, definen a la planeación como el análisis de información relevante del presente y del pasado y una ponderación de probables desarrollos futuros, de tal manera que pueda determinarse un curso de acción que posibilite a la organización lograr sus objetivos.

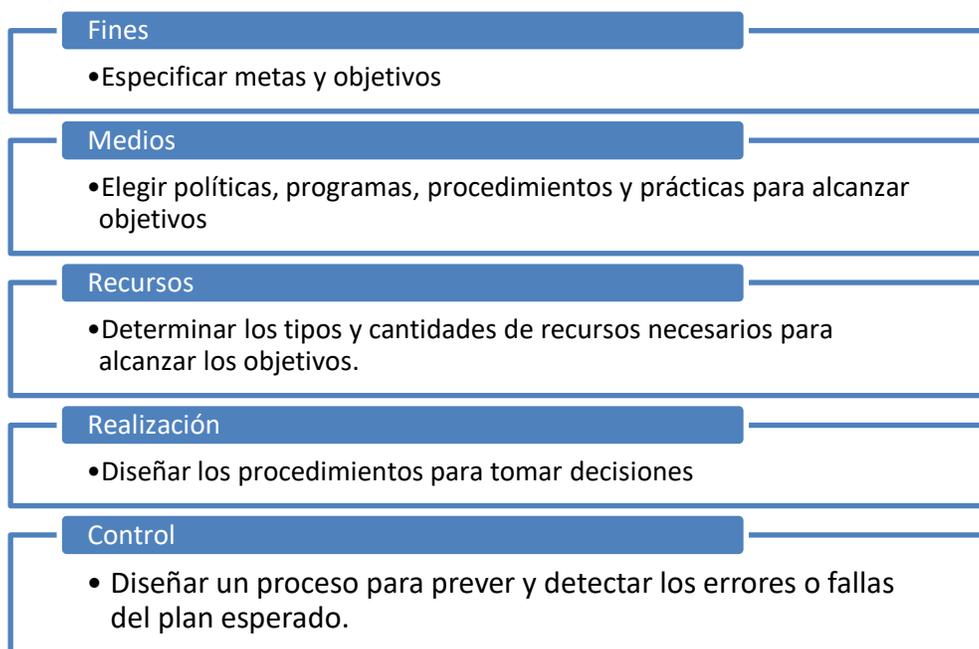
A pesar de los diversos criterios es necesario establecer que todo plan se temporaliza en corto, mediano y largo plazo y su alcance puede ser global, sectorial, institucional y regional, el proceso de planeación es dinámico y si a él se le añade un matiz de perfeccionamiento, se transforma en un proceso continuo. Previo a la definición de las tareas que constituirán la planificación de las actividades de la organización, es necesario conocer la misión, visión y objetivos de la institución para construir la secuencia de actividades en relación a los objetivos estratégicos y operativos que posea, y con ello monitorear los indicadores de gestión.

La planeación es prescriptiva, y para proyectar un futuro deseado se necesita identificar acciones, tomar decisiones, y especificar los medios efectivos para lograrlo. Ayuda a lograr este cometido, el uso efectivo de recursos humanos, financieros y materiales mediante el desarrollo de planes detallados de obtención, distribución y recepción de materiales. Además es necesario establecer los cambios que se presentaran en el futuro y las medidas a tomar para enfrentarlos.

Debido a los fenómenos económicos, políticos, sociales y tecnológicos la planeación se torna una actividad cotidiana en la que se emplea el sentido común para determinar la situación actual de una entidad y bosquejar el mejor escenario futuro, puesto que se planea para la consecución de los objetivos y metas organizacionales.

Un plan es un conjunto de políticas, estrategias y metas. Define ¿qué?, ¿cómo?, ¿cuándo? y ¿con qué? ejecutar las acciones para la consecución de objetivos institucionales. El objetivo es el resultado deseado hacia el cual se orienta un acto intencionado, la meta es el compromiso que la organización intenta cumplir en un tiempo determinado, la estrategia se la define como el mejor modo de llegar a un punto señalado, la táctica es el esquema a cumplir de acciones para el empleo de recursos asignados, las políticas son las guías para ejecutar acciones que conllevan al cumplimiento de una meta, el diagnóstico es la situación actual de una entidad, y el pronóstico indica hacia donde se dirige la institución si mantiene su modelo actual. La necesidad de planear nace del hecho de que las instituciones cambian constantemente. A continuación se presentan las partes del proceso de Planeación:

Ilustración 1: PARTES DEL PROCESO DE PLANEACIÓN



Fuente: Planeación Estratégica, fundamentos y casos

Elaboración: Autor

Los principios de la planeación son: factibilidad, objetividad y cuantificación, flexibilidad, unidad, y cambio de estrategias. Por ello se vuelve inoperante la creación de planes demasiado ambiciosos y optimistas que son imposibles de lograrse. Se debe recordar que se debe planear con datos reales y razonamientos precisos y exactos más no subjetivos. Al planear es necesario establecer un margen de holgura que permita solventar situaciones imprevistas creando para ellos planes de acción que permitan la consecución de los objetivos iniciales.

Una planeación confiable es cuantificable expresada en unidades o porcentajes, si un plan se basa en estudios y experiencias anteriores reduce al máximo la posibilidad de error, es necesario que el equipo de planificación sea capaz de detectar los factores que pueden limitar o frenar el alcance de los objetivos perseguidos por la institución. Por todo lo antes mencionado la planificación conduce a la eficiencia y da la posibilidad de ofrecer respuestas oportunas a cambios inesperados.

Ilustración 2: LOS 8 PASOS BÁSICOS PARA LA PLANEACIÓN

1. Detección de la oportunidad de acuerdo con	<ul style="list-style-type: none"> •El mercado •La competencia •Lo que desean los clientes •Nuestras fuerzas y debilidades
2. Establecimiento de objetivos y metas	<ul style="list-style-type: none"> •Donde se desea estar •Que se quiere lograr •Cuando se desea lograrlo
3. Consideración de las premisas de planeación	<ul style="list-style-type: none"> •En que ambiente (interno o externo) operan nuestros planes
4. Identificación de estrategias	<ul style="list-style-type: none"> •Cuales son las estrategias mas promisorias para alcanzar nuestros objetivos
5. Comparación de estrategias	<ul style="list-style-type: none"> •Que estrategias proporcionará la mejor posibilidad de cumplir las metas con el menor costo y las mayores utilidades.
6. Elección de una estrategia	<ul style="list-style-type: none"> •Selección del curso de acción a seguir
7. Elaboración de planes de apoyo, como los planes para	<ul style="list-style-type: none"> •Comprar equipo •Comprar materiales •Contratar trabajadores •Desarrollar un nuevo producto
8. Expresión numérica de los planes mediante la elaboración de presupuestos tales como	<ul style="list-style-type: none"> •Volumen y precios de venta •Gastos de operaciones necesarios para los planes •Gastos para equipos de capital

Fuente: Planeación Estratégica, fundamentos y casos

Elaboración: Autor

La mayor ventaja de la planeación es tener la posibilidad de prever el grado de confianza de la asertividad frente a las decisiones y determinar el cumplimiento de los objetivos, mientras que la planeación estrategia permite ver la situación actual de una institución y definir posibles escenarios futuros en los cuales estaría inmersa.

La Planeación Estratégica

El proceso de la administración estratégica está compuesto por dos etapas claramente diferenciadas: la de análisis o planeación estratégica y la de implementación del plan estratégico.

La estrategia es la habilidad para dirigir, determinando las metas básicas de una institución, adoptando cursos de acción y designación de recursos para alcanzarlas a largo plazo.

La estrategia se enmarca en un ambiente, en ella se establecen metas u objetivos posteriores a un análisis situacional de la institución con la intención de proyectar como aplicar los recursos. La estrategia genera en ocasiones la búsqueda de la ventaja competitiva. Las dimensiones de la estrategia son tres: metas, políticas y acciones.

Quinn en 1980 declaró que “Una estrategia o plan da la pauta de una organización, ésta integra las principales metas, políticas y acciones en un conjunto coherente”. Kenneth Andrews de la escuela de negocios de Harvard presentó su definición: “La estrategia representa un patrón de objetivos, propósitos o metas, así como las políticas y los planes principales para alcanzar estas metas, presentándolos de tal manera que permiten definir la actividad a la que se dedica la empresa, o a la cual se dedicará, así como el tipo de empresa que es o será”.

La estrategia analizada por Henry Mintzberg en su libro “El proceso estratégico”, inicia con las Ps de la misma que son: la estrategia definida como plan, patrón, pauta de acción, posición y perspectiva. Posteriormente Castaño en su libro habla de ellos.

Para el estudio de este tema se aplicará a la estrategia como plan, en donde se la ve como una guía para abordar una situación específica, pues pasa a ser una perspectiva compartida entre los miembros de la institución. Toda estrategia debe tener sustentabilidad, mejorar el rendimiento, calidad, dirección focus, conexión e importancia, además debe pensarse para crear un valor significativo por encima de lo que ya existía antes, por ello algunos tiene mayores probabilidades de impacto sobre indicadores de calidad y de satisfacción.

Análisis FODA

Es una herramienta de análisis estratégico que permite, a través de una exploración del ambiente interno y externo de una organización, obtener un diagnóstico preciso de la institución actual, de la entidad y del sector al que pertenece, y tomar decisiones acordes con los objetivos, y políticas formuladas.

Estado Actual de las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador

Si bien algunas instituciones han transitado de una categoría a otra, se debe tener presente que el modelo de evaluación del CONEA 2008 corresponde a un contexto distinto al de la evaluación actual.

El modelo de evaluación institucional del 2015, aborda a las Instituciones de Educación Superior como una unidad académica estructurada y funcional, alrededor de los cinco criterios que sirven de soporte para la articulación de los procesos de docencia, la investigación y las actividades de vinculación. Estos criterios en la estructura de evaluación, son:

- Academia,
- Eficiencia Académica,
- Investigación,
- Organización e,
- Infraestructura

Uno de los pilares de la evaluación de las IES desde el Mandato 14 ha sido el análisis multicriterio; evaluar el sistema de educación superior requiere tomar en cuenta de forma integral todos los aspectos que contemplan a la realidad universitaria ecuatoriana.

Por tanto, esta metodología involucra los pros y los contras de todos los aspectos de la realidad universitaria ecuatoriana, que ahora considera a la educación superior como un bien público trascendental, con los propósitos y exigencias de la sociedad.

A continuación se presenta una tabla sumativa, de la cantidad de Universidades Categorizadas por las instituciones de control de la Educación Superior, con respecto a la categorización obtenida (A-B-C-D-E) por las universidades en los procesos de evaluación realizados desde el año 2009 con el CONEA hasta el año en curso realizado por la SENESCYT. Allí se puede apreciar que el modelo aplicado con el cual se midió los criterios de evaluación de las universidades en este año ha sido más exigente, que el utilizado por el CONEA en el año 2009, situando al 45% de IES en la categoría de “B” y ubicando solo un 11% en la categoría “A” de un total de 53 universidades distribuidas en distintas provincias a nivel nacional.

Tabla 1: Número de IES Categorizadas

AÑO	A	B	C	D	E	Total
2009	14	10	12	9	26	71
2013	4	22	19	8		53
2016	6	24	14	9		53

*Fuente: CEAACES
Elaboración: Autor*

Centrando la investigación en la categorización de las universidades, un punto inicial es verificar el desempeño obtenido por las IES durante los tres procesos de Evaluación Institucionales realizados a nivel nacional. Estas IES presentan oferta académica en las modalidades de grado y postgrado, y como consecuencia de la aplicación de los métodos de categorización descritos en los modelos de evaluación institucional aplicados a las universidades y escuelas politécnicas del Sistema de Educación Superior del Ecuador, se establecieron para su categorización umbrales de desempeño en función del cumplimiento cualitativo y cuantitativo de cinco criterios generales de evaluación. Los rangos se muestran a continuación:

Tabla 4: Umbrales de desempeño – Método Directo

COLOR	UMBRALES
	mayor o igual a 0,6
	mayor o igual a 0,45 y menor a 0,6
	mayor o igual a 0,35 y menor a 0,45
	menor o igual a 0,35

Fuente: CEAACES
Elaboración: Autor

Con estos rangos de semaforización se clasificaron las universidades en niveles “A, B, C, D y E”, detallando la fluctuación que han tenido en los tres ejercicios de evaluación institucional y separándolas por nivel de categorización.

Tabla 5: Lista de IES con categoría inicial “A” por el CONEA en el 2009

NOMBRES DE IES	2009	2013	2016
ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO	A	A	A
ESCUELA POLITECNICA NACIONAL	A	A	A
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO	A	B	B
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL	A	A	A
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR	A	B	B
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR	A	B	B
UNIVERSIDAD DE CUENCA	A	B	A
UNIVERSIDAD DEL AZUAY	A	B	B
UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO	A	A	A
UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO	A	B	B
UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA	A	B	B

Fuente: CEAACES
Elaboración: Autor

Tabla 6: Lista de IES con categoría inicial “B” por el CONEA en el 2009

NOMBRES DE IES	2009	2013	2016
UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR	B	D	D
UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL	B	B	B
UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO	B	C	A
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	B	D	D
UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS	B	C	B
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR	B	C	C
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO	B	C	C
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA	B	B	B
UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA	B	B	B
UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE	B	B	B

Fuente: CEAACES

Elaboración: Autor

Tabla 7: Lista de IES con categoría inicial "C" por el CONEA en el 2009

NOMBRES DE IES	2009	2013	2016
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA AGROPECUARIA DE COTACACHI	C	C	C
UNIVERSIDAD CATOLICA DE CUENCA	C	D	D
UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO	C	B	B
UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABI	C	D	D
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR	C	C	B
UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI	C	D	D
UNIVERSIDAD NAVAL COMANDANTE RAFAEL MORAN	C	C	C
UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI	C	C	D
UNIVERSIDAD TECNICA DE MACHALA	C	D	D
UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO	C	B	B
UNIVERSIDAD TECNICA LUIS VARGAS TORRES DE ESPEJO	C	D	D
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA EQUINOCCIAL	C	B	B

Fuente: CEAACES

Elaboración: Autor

Tabla 8: Lista de IES con categoría inicial "D" por el CONEA en el 2009

NOMBRES DE IES	2009	2013	2016
UNIVERSIDAD CASA GRANDE	D	B	B
UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS	D	B	B
UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZONICA	D	B	B
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK	D	B	B
UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAS	D	C	C
UNIVERSIDAD REGIONAL AUTONOMA DE LOS ANDES	D	C	C
UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO	D	C	C
UNIVERSIDAD TECNICA DE MANABI	D	C	B
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA ECOTEC	D	C	C

Fuente: CEAACES

Elaboración: Autor

Tabla 9: Lista de IES con categoría inicial "E" por el CONEA en el 2009

NOMBRES DE IES	2009	2013	2016
UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURISTICAS	E	C	C
UNIVERSIDAD DE OTAVALO	E	D	D
UNIVERSIDAD DEL PACIFICO ESCUELA DE NEGOCIOS	E	C	C
UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA	E	C	C
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR	E	B	B
UNIVERSIDAD METROPOLITANA	E	C	C
UNIVERSIDAD PARTICULAR SAN GREGORIO DE POR	E	C	C
UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI	E	B	B
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA EMPRESARIAL DE GUA	E	B	B
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA INDOAMERICA	E	B	B
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA ISRAEL	E	C	C

Fuente: CEAACES

Elaboración: Autor

Cabe recalcar que el CEAACES aperturó un proceso de Recategorización Institucional en el segundo semestre del 2015, y los resultados oficiales obtenidos por las IES participantes fueron socializados en Marzo del 2016 en sesión pública, obteniendo un mayor número de universidades de financiamiento público la categorización a “B”, alcanzando el 45% de la totalidad de IES a nivel nacional y tan solo 6 IES, las que representan el 11%, se acreditaron con la categorización “A”, tal como se puede apreciar en la tabla que se detalla en la parte inferior:

Tabla 10: Cantidad de IES Categorizadas, agrupadas por tipo de financiamiento

FINANCIAMIENTO	CATEGORIA				Total
	A	B	C	D	
AUTOFINANCIADO	2	8	8	1	19
COFINANCIADO		6	1	1	8
PÚBLICO	4	10	5	7	26
Total	6	24	14	9	53

Fuente: CEAACES

Elaboración: Autor

Es menester destacar que las provincias con mayor número de IES categorizadas son las provincias de Pichincha y Guayas, ambas cuentan con 12 universidades activas. Y determinando un análisis un poco más minucioso puede apreciarse que la mayor cantidad de IES categorizadas están en las provincias de la sierra ecuatoriana.

Tabla 11: Cantidad de IES distribuidas por provincias y su categorización

PROVINCIA	A	B	C	D	Total
GUAYAS	2	4	4	2	12
PICHINCHA	2	8	2		12
TUNGURAHUA	1	2	1		4
AZUAY	1	2		1	4
MANABÍ		1	2	2	5
CHIMBORAZO		1	1		2
LOS RÍOS		1	1		2
PASTAZA		1			1
LOJA		2			2
CARCHI		1			1
IMBABURA		1		1	2
BOLIVAR			1		1
SANTA ELENA			2		2
EL ORO				1	1
COTOPAXI				1	1
ESMERALDAS				1	1
Total	6	24	14	9	53

Fuente: CEAACES
Elaboración: Autor

La Aplicación de la Planificación Estratégica en las IES

PEDI

En los últimos 8 años, el sector de la educación superior ha avanzado significativamente gracias a los cambios estructurales implementados por el Gobierno de la Revolución Ciudadana. El Ecuador es el país que más invierte en educación superior en la región con respecto a su PIB. En efecto, el país invierte 2,2% del PIB para democratizar y mejorar la calidad de la educación superior. En América Latina el promedio es de 0,8% y en la OCDE 1,7% (Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano, Informe Rendición de Cuentas 2014, p.26)

El Plan Estratégico representa una herramienta fundamental para articular y coordinar el accionar de las diferentes instancias que conforman IES y facilitar la toma de decisiones de las autoridades. Es por ello que se desarrolló un análisis de los elementos constitutivos de los PEDI (Planes Educativos de Desarrollo Institucional) de las universidades que para inicios de este año fueron categorizadas en "A", pero a pesar de las normativas determinadas por el CEAACES como parte de su Reglamento de recategorización, no se pudo tener acceso a información de dos de estas IES.

Tabla 12: Cantidad de IES distribuidas por provincias y su categorización

IES	PERIODO	DIMENSIONES	OBJETIVOS ESTRATEGICO INSTITUCIONALES	OBJETIVOS DE PNBV	ESTRATEGIAS	INDICADORES
ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO	2014 - 2017	3	7	2	15	35
ESCUELA POLITECNICA NACIONAL	2014 - 2018	4	4	1	17	13
ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL	2013 - 2017	4	4	10	18	20
UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO	2014 - 2018	6	6	12	29	45
TOTAL		17	21	25	79	113

Fuente: PEDI de las IES
Elaboración: Autor

Dimensiones (Ejes Estratégicos)

Las IES que alcanzaron una categoría de excelencia coincidieron en desarrollar en sus respectivos PEDI, objetivos estratégicos en las dimensiones de: Vinculación con la Sociedad, Investigación, Gestión Institucional y Docencia. En la tabla que se presenta en la parte inferior se pueden apreciar las dimensiones y su conceptualización:

Tabla 13: Dimensiones de los PEDI de las IES categoría "A"

DIMENSIONES (EJES ESTRATEGICOS)	CONCEPTO DE DIMENSION	EPN	ESPOL	UEES
Investigación	Base para el desarrollo del conocimiento aplicado a la docencia y al desarrollo científico y tecnológico vinculado a las necesidades del país.	■		
	Es implantar una cultura de investigación en los estudiantes de grado y que, de manera general, se denomina "investigación formativa".		■	
	Son las acciones tomadas para generar nuevo conocimiento.			■
Vinculos con la Sociedad	Es el eslabón final que une los procesos de docencia e investigación con la realidad de las comunidades.			■
	Permite establecer nexos entre las capacidades institucionales generadas a través de la docencia e investigación, con las necesidades y problemas existentes en los grupos y organizaciones sociales, particularmente vulnerables y/o de atención prioritaria, con el fin de aportar al logro del Buen Vivir.	■		
	El planteamiento de soluciones a los problemas locales, provinciales, regionales, nacionales, si consideramos el territorio nacional.		■	
Gestión Institucional	Busca incrementar la capacidad de gestión institucional en los campos administrativo, financiero, planificación, talento humano, jurídico, tecnológico, como soporte para el desenvolvimiento del trabajo académico, de investigación y de vinculación social.	■		
	Es la capacidad para prevalecer en el tiempo.			■
	Se sustenta en una planificación consensuada con todos los estamentos de la Institución.		■	
Docencia	Se trata de "Formar profesionales o Formar Talento Humano Avanzado".		■	
	Implica la búsqueda de la excelencia en la formación de profesionales e investigadores a nivel de pregrado y posgrado.	■		
Administrativa	Regula la apropiada provision de recursos para que cada uno de los actores de la comunidad pueda desempeñar sus tareas.			■
Académica	Es el cumplimiento de la misión educativa y formativa.			■
Infraestructura	Tanto física como virtual, constituye los espacios en los que ocurren interacciones de aprendizaje, investigación y vinculación.			■

Fuente: PEDI de las IES
Elaboración: Autor

Tabla 14: Dimensiones de las IES

DIMENSIONES (EJES ESTRATEGICOS)	EPN	ESPOL	UEES	ESPE
Vinculos con la Sociedad				
Investigación				
Gestión Institucional				
Docencia				
Procesos				
Talento Humano, Financiero e Infraestructura				
Estudiantes y Usuarios				
Administrativa				
Académica				
Infraestructura				
TOTAL	4	4	6	4

Fuente: PEDI de las IES
Elaboración: Autor

Objetivos Estratégicos Institucionales (OEI)

Los objetivos estratégicos institucionales proveen una orientación sobre las áreas a las que la universidad deberá prestar especial atención en los próximos 4 o 5 años. Tomando en cuenta los resultados de los análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Estos objetivos han sido definidos en función de las dimensiones operacionales de la institución, es decir cuáles son los objetivos que deben lograrse en cada una de las grandes áreas de la universidad para garantizar el cumplimiento de la misión y la realización de la visión.

A partir del análisis FODA que contiene un estudio de las relaciones con las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas; se determinan los objetivos estratégicos institucionales que conforman el PEDI.

Conjuntamente con el Plan Estratégico de Desarrollo Institucional, (PEDI), el Plan Operativo Anual, (POA), es un instrumento para asegurar el logro de los objetivos estratégicos planteados en un año. El POA indica los objetivos, indicadores, metas y responsables de la ejecución de tareas y procesos que asegurarán el cumplimiento de la Misión y Visión.

Para la consecución de estos planes, cada Objetivo Estratégico deberá tener un responsable estratégico y los responsables operativos correspondientes

En correspondencia con los ejes estratégicos de cada una de sus instituciones, se han definido los siguientes Objetivos Estratégicos Institucionales (OEI) en las Instituciones de Educación Superior de esta investigación, los cuales han sido

clasificados con la intención de cuantificarlos, En la tabla siguiente se presentan los resultados obtenidos:

Tabla 15: Análisis de los Objetivos Estratégicos de las IES categoría "A"

OBJETIVOS ESTRATEGICOS INSTITUCIONALES (OEI)	ESPOL	UEES	EPN	ESPE
Realizar docencia de grado y posgrado conforme a los más altos estándares de calidad reconocidos internacionalmente, mediante la generación de conocimiento y la formación integral de estudiantes para que propicien el desarrollo local y nacional.	■			
Potenciar la investigación para generar conocimiento, desarrollo tecnológico e innovación que mejoren la productividad, competitividad y calidad de vida del país.	■			
Desarrollar de manera permanente programas de vinculación con la sociedad, articulados a la docencia, investigación y el quehacer de la comunidad universitaria, con responsabilidad social para contribuir al desarrollo local y nacional.	■			
Alcanzar eficiencia e integración interna en la gestión institucional para garantizar la búsqueda permanente de la excelencia.	■			
Hasta el año 2018, generar nuevos entornos físicos y virtuales en los que se producirán las interacciones entre los distintos actores de la comunidad universitaria.		■		
Hasta el año 2018, lograr una administración óptima de recursos para el cumplimiento de los propósitos educativos, científicos, de vinculación y de desarrollo de la universidad.		■		
Hasta el año 2018, vincular el accionar de la comunidad universitaria con la respuesta a necesidades de la sociedad incorporar y ejecutar componentes de Aprendizaje en el Servicio en los currículos de grado.		■		
Hasta el año 2018, establecer las condiciones propicias para el desarrollo de un entorno educativo, científico y cultural adecuado para la formación integral de los estudiantes de la UESS.		■		
Hasta el año 2018, lograr reconocimiento internacional por las contribuciones al desarrollo y difusión de conocimiento que contribuya al avance de las ciencias y la resolución de los problemas relevantes para el país y la región.		■		
Garantizar la perdurabilidad en el tiempo de la institución asegurando su capacidad para cumplir su misión científica, educativa y de vinculación.		■		
Incrementar el reconocimiento de la Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE como una institución referente en educación superior.			■	
Incrementar la calidad de los profesionales y postgraduados.			■	
Incrementar la formación de profesionales con excelencia.			■	
Incrementar la producción científica y tecnológica.			■	
Incrementar la vinculación con la sociedad.			■	
Incrementar las capacidades institucionales.			■	
Incrementar la producción científica - tecnológica y su calidad.				■
Incrementar el impacto social de los programas de vinculación.				■
Incrementar la eficiencia y eficacia del sistema formativo de grado y postgrado.				■
Incrementar la capacidad del sistema de investigación integrándolo con el modelo formativo.				■
Incrementar la capacidad y calidad del sistema de vinculación integrándolo con el sistema de investigación y con el modelo formativo.				■
Incrementar las capacidades de sustentación institucional. (Talento Humano -Finanzas - Recursos Fiscales y Tecnológicos)				■

Fuente: PEDI de las IES

Elaboración: Autor

Vinculación con el PNBV

La universidad ecuatoriana tiene el compromiso de contribuir al logro de los objetivos nacionales. En el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) 2013-2017 se identifican 12 objetivos nacionales los mismos que cuentan con políticas y lineamientos. A continuación se describe un análisis de las universidades de este estudio, con los objetivos del PNBV que incorpora en sus planificaciones:

Tabla 16: Objetivos PNBV incorporados por las IES categoría "A" en sus PEDI

NUM.	OBJETIVO PNBV	UEES	ESPOL	ESPE	EPN
1	Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular.				
2	Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad.				
3	Mejorar la calidad de vida de la población.				
4	Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.				
5	Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.				
6	Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos.				
7	Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global.				
8	Consolidar el sistema económico social y solidario de forma sostenible.				
9	Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.				
10	Impulsar la transformación de la matriz productiva.				
11	Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica.				
12	Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.				
TOTAL		12	10	2	1

Fuente: PEDI de las IES
Elaboración: Autores

Finalización del Plan

Las IES realizan varias acciones para la realización, publicación y comunicación de sus PEDI tales como:

- Talleres para elaborar el FODA
- Publicación en portal web
- Socialización con los principales actores.

Operatividad, seguimiento y evaluación del PEDI

En cumplimiento de la misión institucional y para alcanzar la visión, se pondrá énfasis en establecer las condiciones necesarias para emprender el desarrollo estratégico institucional, sentando las bases para el desarrollo de sus metas. El Plan Estratégico está sometido al seguimiento, evaluación y control a través de los Planes Operativos Anuales, esta evaluación permite:

- A la alta dirección institucional, conocer en tiempo real, el nivel de avance de cada uno de los indicadores de los diferentes objetivos estratégicos, con lo cual pueden tener una visión general del trabajo de cada una de las unidades académicas y organismos de apoyo responsables del correspondiente indicador de éxito.

- A los directivos de las unidades académicas y centros de apoyo conocer el nivel de cumplimiento de cada uno de los individuos o grupos de trabajo encargados o responsables de indicadores de éxito
- A los diferentes departamentos de la IES conocer el estado de situación del POA el cual debe estar publicado en la web; así, un profesor, estudiante o trabajador tiene pleno acceso a la información, lo cual facilita la rendición de cuentas y potencia la capacidad de cumplimiento de las responsabilidades de los líderes institucionales

CONCLUSIONES

La planificación estratégica se ha constituido en un proceso participativo que incluye a estudiantes, docentes y funcionarios y que con el accionar diario de todos los integrantes de la IES llevan a cabo el cumplimiento del mismo.

Las IES tienen una cultura investigativa, como la participación de redes de investigación nacionales e internacionales

Las IES categoría A tienen resultados de investigación a través del crecimiento del número de publicaciones indexadas a revistas de alto impacto, siendo la inversión en proyectos de vinculación una de sus prioridades.

La característica de la IES "A" son la calidad y pertinencia de las carreras y programas así como el liderazgo nacional en ciencia y tecnología, así como también la capacidad para ejecutar proyectos que requieren los sectores productivos ya que poseen infraestructura física y tecnológica, el acceso a las TICs y la conectividad y cuentan con una planta docente que posee una sólida formación académica.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional del Ecuador (2008) Constitución de la República del Ecuador.
- Consejo de Educación Superior (CES) (2015) Ley Orgánica de Educación Superior (LOES).
- Consejo De Educación Superior, Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación superior 2012, reformas al 2015.
- Consejo De Educación Superior, Reglamento de Régimen Académico 2013.
- Constitución de la República del Ecuador (2008)
- Cope, Robert. (1991) El plan estratégico, Bogotá - Colombia. Serie Empresarial LEGIS.

- Escuela Politécnica Nacional, Plan de Mejoramiento Institucional de la EPN, aprobado por Consejo Politécnico de 18 de marzo de 2014, mediante Resolución No. 172.
- Fundamentos y casos, Bogotá - Colombia. Ediciones de la U.
- Passailaigue Baquerizo, Roberto M. (2013) Administración Educativa. Los procesos de gestión de la eficacia educativa universitaria. Guayaquil-Ecuador. Centro de Publicaciones – Universidad ECOTEC
- Robbins, Estephen P. y Coulter, Mary (2010) Administración, Naucalpan de Juárez – México. Pearson.
- Secretaría De Educación Superior, Ciencia, Tecnología E Innovación, 35 Logros de la Revolución Ciudadana en Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación 2013.
- Secretaria Nacional De Planificación Y Desarrollo, Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017.
- Secretaria Nacional De Planificación Y Desarrollo, Guía Metodológica de Planificación Institucional.
- Serna Gómez, Humberto (2008) Gerencia Estratégica. Teoría – Metodología – Alineamiento, implementación y mapas estratégicos – Índices de Gestión. Bogotá-Colombia. 3R Editores.

016. LAS TICS Y SU APLICACIÓN EN LAS REFORMAS EDUCATIVAS DE LAS UNIVERSIDADES ECUATORIANAS.

Autores:

Ing. Karla Maribel Ortiz Chimbo. Msc.,

Coordinadora de la Comisión de Evaluación y Acreditación de la Facultad de Filosofía y Catedrática a medio tiempo de la Universidad de Guayaquil, Carrera Ingeniería en Networking (Facultad De Ciencias Matemáticas Y Físicas)
karla.ortizch@ug.edu.ec

Abg. Carlos Alcívar Trejo. M.D.C.

Coordinador Académico y Docente de la Facultad de Derecho y Gobernabilidad de la Universidad ECOTEC
calcivar@ecotec.edu.ec

Roberto Andrés García Viteri

Estudiante de la Universidad de Guayaquil, Carrera Ingeniería en Sistemas (Facultad De Ciencias Matemáticas Y Físicas)
roberto.garciav@ug.edu.ec

Lcda. Wendy Piedrahita Veintimilla.

Directora del Área de Lenguaje y Asesora de Vicerrectorado Académico de la Unidad Educativa FAE 2
misswendy77@hotmail.com

Resumen:

La Educación Superior debe basarse en la mejora de su calidad, en su pertinencia y relevancia, asumiendo mayores responsabilidades para con la sociedad, garantizando un auténtico desarrollo endógeno y sostenible, considerando el periodo de matriculación vía online a nivel académico, referente a la Universidad de Guayaquil los estudiantes de la mencionada institución presentan diferentes interrupciones al momento de su periodo de inscripción, este a su vez presenta varios eventos asociados a nivel estudiantil ocasionando diversos problemas a los mismos; por ello se precisa dar a conocer ideas y normativas para buscar una solución establecida para así contribuir al mejoramiento del nivel académico ante la institución.

El fin de mejorar la reforma académica parte por ende de los estudiantes hacia la universidad proporcionando así una contribución equitativa mejorando las reformas tecnológicas para una evolución educativa hacia el futuro, impartiendo avances al país tanto en nivel tecnológico y estudiantil, para producir un bienestar social.

Palabras Claves: Estudiantes, periodo de matriculación, educación Superior, online, nivel académico

Summary:

Higher education must be based on the improvement of its quality, its pertinence and relevance, assuming greater responsibilities to the society, guaranteeing a real endogenous and sustainable development, considering the period of enrolment online concerning the University of Guayaquil, academic level students of the mentioned institution present different interruptions at the time of your enrollment period This in turn presents several events associated with level student causing various problems to them; Therefore it is necessary to publicize ideas and regulations for a set solution and contribute to the improvement of the academic level to the institution. To improve the academic reform part therefore of students to the University thus providing a contribution equal to improving technological reforms to educational progress towards the future, giving advances the country both at technical in technological and student, level to produce a social welfare.

Key words: Students, Period of registration, university, on-line, academic level

I.- INTRODUCCION:

El período de matriculación establecido mediante la vía de matriculación Online en las fechas correspondiente presenta una avalancha de inestabilidades en la red lo cual produce una gran cantidad de inconvenientes para la inscripción de la misma, esto se manifiesta como una gran problemática ante los estudiantes de la Universidad de Guayaquil, mediante este período en el sitio web (SIUG) Sistema Integrado de la Universidad de Guayaquil el cual da paso al periodo de inscripción en este se presentan varios inconveniente; siendo una de las principales la inestabilidad del sistema debido a que tiene una plataforma poco factible, por lo tanto presenta dicha inestabilidad ante el sitio web causan que los estudiantes no puedan acceder a matricularse ocasionando que varios disturbios, uno de ellos no alcance de cupos a las distintas cátedras respectivas, la indisponibilidad de horarios e incluso la deserción del ámbito estudiantil, por dichos factores.

Esto produce un bajo nivel de categoría dirigido únicamente hacia la Universidad de Guayaquil, lo cual no es conveniente ya que se encuentra en un nivel categórico bajo, esto no es factible a la disposición de la institución, por lo tanto se plantearan algunas reformas para solucionar respectivos cambios dando un mejor porvenir a este medio educativo.

II.- Métodos:

El objetivo principal del artículo es conocer la aplicación de las nuevas tecnologías en el proceso de educación como herramienta en la formación sobre el pensamiento de un proyecto de gobierno y una tendencia política en América Latina, y el uso que hacen de las mismas. Este objetivo se concretó en los siguientes objetivos específicos: - Conocer la importancia que se les da al uso de las TICs en el aula de clases. Analizar las ventajas y desventajas que presentan desde el punto de vista de la educación transversal según varios autores.

En los ocho años en que el Ecuador formó parte de la Gran Colombia, la Universidad hubo de reconocer la legislación dictada en el año 1826 en el Congreso de Cundinamarca. Entonces ordenó en el Capítulo séptimo, artículo 23: “En las capitales de los Departamentos de Cundinamarca, Venezuela y Ecuador se establecerán Universidades Centrales que abracen con más extensión la enseñanza de Ciencia y Artes”.

El Libertador Presidente de la Gran Colombia, Simón Bolívar dictó un Decreto el 12 de Diciembre de 1829, en el que se contemplaba la administración de las Universidades, lo que dio fuerza a la instrucción pública, acorde con la religión católica que tenía el pueblo ecuatoriano.

En 1830, cuando el Ecuador se organiza como República soberana e independiente, las Constituciones han consagrado la obligación de “promover” y “fomentar” la educación pública.¹

¹ EDUCACIÓN: BASE FUNDAMENTAL PARA EL PROGRESO DEL PAÍS

TABLA I

PRESCRIPCIONES CONSTITUCIONALES QUE RATIFICAN EL CARÁCTER NACIONAL

- Promover y fomentar la instrucción pública.
- Expedir planes generales de enseñanza para todo establecimiento de instrucción pública.
- Dictar leyes generales de enseñanza para todo establecimiento de instrucción pública.
- Libertad de fundar establecimientos de enseñanza privada.
- La enseñanza primaria de carácter oficial es gratuita y obligatoria; y las artes y oficios deben ser costeadas por los fondos públicos.
- La enseñanza es libre, sin más restricciones que las señaladas en las leyes.
- La educación oficial es laica.
- La educación constituye una función del Estado.
- La educación pública debe tener unidad y cohesión en su proceso integral.
- La ley asegura la estabilidad de los trabajadores de la enseñanza.

Fuente: *Sistema Educativo Nacional del Ecuador.*

Durante la segunda administración del general Alfaro, una nueva Asamblea Constituyente dictó la avanzada Constitución de 1906, en la que se consagró el verdadero espíritu de la revolución liberal: Separación absoluta del Estado y la Iglesia y supresión de la religión oficial. Libertad de enseñanza. Educación pública laica y gratuita, obligatoria en el nivel primario.

En 1938, se expide la Ley de Educación Superior, la cual otorga a las universidades autonomía para su funcionamiento técnico y administrativo

“En 1867, el Congreso Nacional, presidido por Pedro Carbo decreta la fundación de la Junta Universitaria del Guayas, que se instala el primero de Diciembre y que tiene el privilegio de otorgar grados y títulos, por lo que se considera ésta la fecha de la fundación de la Universidad de Guayaquil. La primera Facultad en instalarse fue la de Jurisprudencia en 1868. Luego de un período de inestabilidad política, la Ley Orgánica de Instrucción Pública vigente desde febrero de 1877, crea nuevamente la Junta Universitaria de la Provincia del Guayas, instalándose por segunda ocasión, bajo

*la presidencia del Rector Dr. Francisco de Campos Coello, contando con dos Facultades: Jurisprudencia y la de Medicina y Farmacia fundada el 7 de noviembre de 1877. La Universidad de Guayaquil fue creada como tal por Pedro Carbo, Jefe Supremo del Guayas en 1883, pero este decreto no fue ratificado por la Asamblea Constituyente de 1884; sin embargo, el pueblo ya no dejó de llamar Universidad de Guayaquil a la modesta Junta Universitaria del Guayas. Con el triunfo de la Revolución Liberal se dictó en 1897 la Ley que creó la Universidad de Guayaquil, y fue una de las primeras en acoger la Reforma Universitaria de Córdova de 1918 que se levantó bajo la consigna de "Una sociedad mejor para una educación mejor". Es así como Guayaquil, la mayor ciudad del Ecuador, tiene hoy la primera Universidad del país con diecisiete Facultades que ofertan 31 carreras de pregrado, 7 a nivel tecnológico con diferentes especializaciones y 8 carreras cortas, de uno y dos años, cuenta con 6 Extensiones Universitarias en la Costa, y provincia de Galápagos, 14 centros de estudios a distancias, 5 Institutos Superiores de Postgrado, y 18 Institutos de Investigaciones; además cuenta con: laboratorios, talleres, consultorios, bibliotecas, farmacia, librería, comedores estudiantiles; también, grupos artísticos, equipos deportivos y otros servicios a la comunidad. Actualmente la Universidad está llevando a cabo Reformas Académicas y Administrativas, e impulsando el estudio de nuevas carreras. Como se ve, nuestra Universidad es obra del pueblo y corresponde a sus intereses, dándole enseñanza, información y servicios."*²

“UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL SIGLO XXI” Bases Para la Reforma Académica. Antecedentes.

EL 15 de octubre de 1857, en el Gobierno de don Diego Noboa, Presidente del senado, se expidió el Decreto creando en Azuay y Guayas las JUNTAS o CORPORATIVAS UNIVERSITARIAS, que completaban la tarea que realizaba la Universidad de Quito.

En 1868, con una sola Facultad, la de Jurisprudencia, y seis alumnos matriculados, se iniciaron los cursos regulares.

El establecimiento definitivo de lo que hoy es la Universidad de Guayaquil se produce con la revolución liberal de Alfaro, cuando se dictó la Ley Orgánica de Institución Pública el 29 de mayo de 1807; en ella se disponía, con relación a la educación superior, que al Rector de la Universidad lo nombrara el Congreso Nacional y a Vicerrector la Junta de doctores, equivalente a lo que luego se llamó Asamblea

² Fuente: <http://www.ug.edu.ec/nosotros/>

General. En esta nueva etapa se introduce como autoridad colegiada a la Junta Administrativa Universitaria, antecedente del Consejo –universitario actual y, en las Facultades, se crean los cargos de Subdecano, Fiscal y Delegado de la Facultad a la Junta Administrativa

En Noviembre de 1897, se aprobó el primer reglamento Interno y a partir del 7 de Septiembre de 1911, se constituyó el patrimonio de la Universidad al dotarla de fondos. En 1925, se dispuso que el Rector y Vicerrector deberían ser nombrados por Asamblea Universitaria, conformada por profesores, delegados estudiantes y empleados – trabajadores; desde esta fecha se institucionalizó la elección democrática al interior de la unidades Académicas (Facultades).³

La Constitución de la República del Ecuador (2008) declara que el Ecuador es un Estado constitucional de derecho, de justicia social, democrática, soberana, independiente, unitario, intercultural, pluricultural y laico que considera a la educación como un bien público y, por lo tanto, lo asume como “política de Estado”.

Cuando se refiere a la construcción de soluciones para los problemas el país como uno de los fines de la educación superior, la Constitución de la República en el Art. 350 la vincula expresamente con los objetivos del régimen de desarrollo y, por lo tanto, a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) que actualmente tiene un rol predominante en las políticas del Estado sobre educación superior, ciencia y tecnología.

Por otra parte, en Ecuador, a partir del 8 de febrero de 2008, el Gobierno empieza públicamente a interpelar crítica y propositivamente a la universidad ecuatoriana, iniciando con esto un proceso de transformación inédito en el sector de la educación superior desde el retorno a la democracia en 1979.⁴

Publicado el Viernes, 13 Septiembre 2013

La Secretaría de Educación Superior Ciencia y Tecnología hizo pública una aclaración sobre los hechos ocurridos en la Facultad de Administración de la Universidad de Guayaquil. La Secretaría explicó que es “difamatorio y totalmente falso atribuir las fallas al Sistema Nacional de Nivelación y Admisión”.

³ Fuente: <http://www.ug.edu.ec/base-legal-que-la-rige/>

⁴ “Transformar La Universidad para transformar la Sociedad” (René Ramírez) Como se ha demostrado a través del Mandato 14 y se discutirá en los artículos de este libro, las reformas producidas por la Ley Orgánica de Educación Superior de 2000 tuvieron más bien un impacto negativo en el sector universitario.

A continuación el texto completo de la comunicado público. “Esta Secretaría de Estado lamenta la situación que atraviesan decenas de estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad de Guayaquil en una escena que había sido desterrada de la historia reciente del Ecuador gracias al proceso meritocrático de transformación de la Educación.

Sin embargo, y ante el estupor ciudadano, esta madrugada varios estudiantes pernoctaron en los alrededores de la Facultad para obtener un certificado de matrícula. Evidentes fallas de total y absoluta responsabilidad de la Universidad de Guayaquil, que en su autonomía gestiona los documentos habilitantes para los estudiantes, desmerecen todo intento por ofrecer al país un sistema académico acompañado de una gestión eficiente.

Resulta difamatorio y totalmente falso atribuir las fallas al Sistema Nacional de Nivelación y Admisión o a cualquier “sistema” de la SENESCYT. Reiteramos a los medios de comunicación que es responsabilidad de las universidades gestionar notas, cargarlas al sistema, brindar celeridad, agilidad y calidad en el servicio, mucho más si se trata de un centro de estudios tan numeroso donde acuden a formarse decenas de miles de estudiantes de todo el Litoral.

Por lo expuesto, solicitamos a los medios de comunicación que indaguen con más profundidad los temas que informan a la sociedad, verifiquen sus fuentes, contrasten los datos y no se apresuren a divulgar rumores que pueden perjudicar a los propios estudiantes.

A la Universidad de Guayaquil: exhortamos a que solucionen los inconvenientes de gestión administrativa que atraviesan y den a los y las jóvenes estudiantes una atención de primer nivel como merecen”. CIT / El Ciudadano.⁵

III.- La Aplicación De Nuevas Tecnologías En La Mejora De Procesos En La Educación Superior Ecuatoriana (Matriculación Online, Universidad de Guayaquil:

El uso creciente de las nuevas tecnologías en las universidades conlleva a retos cada vez mayores para los actores del proceso docente educativo. Por un lado las redes sociales como proceso relevante en la vida de las personas, en especial de los

⁵ <http://www.ecuadorenvivo.com/sociedad/190-sociedad/4891-los-problemas-en-la-universidad-de-guayaquil-no-son-fallas-del-sistema-nacional-de-nivelacion-aclara-senescyt.html#.VnAyxNLhDIV>

jóvenes, han creado un nuevo modo de comunicación y de compartir información; por otro lado, las nuevas tecnologías, que evolucionan constantemente, nos presentan nuevas oportunidades de compartir y automatizar tareas de la vida diaria.

La universidad actual debe mirar más allá por ser el centro de referencia de la vanguardia científica de toda sociedad. El creciente uso de aplicaciones webs y el desarrollo de tecnologías como la geolocalización, las aplicaciones móviles y el almacenamiento de información en la llamada nube, entre otros avances, deben colocar a la universidad en la vanguardia de la innovación.

Es importante señalar, como afirma Zorob (2012), que el uso de las TIC en las universidades propicia la globalización educativa en redes de saberes, provoca cambios radicales en el entorno virtual del aprendizaje, elimina barreras físicas, temporales y espaciales, crea elementos críticos con mayor flexibilidad en la reconceptualización didáctico-curricular del sistema educativo mundial y su vínculo Universidad-Empresa-Sociedad. En los momentos actuales, las universidades tienen el reto de innovar o perecer.

Sin dudas el uso de las nuevas tecnologías debe ser un proceso innovador, en el cual la universidad debe ocupar un lugar cimero. La sociedad exige personas emprendedoras, profesionales capaces de crear proyectos que permitan el tránsito de la educación tradicional a la educación a distancia multidisciplinaria con el uso de las TICs. Zorob (2012).⁶

“La innovación necesita que se creen nuevas necesidades en la sociedad, ya que ésta tiene que convencerse de que las ventajas que puede obtener de la innovación son mayores que los costos cognitivos generados en el periodo de transición entre la antigua y la nueva situación.” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2005, p. 62)

Opinión Pública Mediante El Diario “El Universo”.

Para aclarar los ingresos e inversiones que adquiere la Universidad de Guayaquil por parte del estado hacia la misma, citaré de la siguiente fuente que dice lo siguiente.

“No me cabe la menor duda de que esta universidad está para acreditarse en este momento, fueron las palabras de René Ramírez, secretario de Educación Superior,

⁶ EL USO DE LAS TICS EN LA UNIVERSIDAD: LAS REDES SOCIALES UNIVERSITARIAS. Alexis Cabrera Mondeja. Alexis Cabrera Mondeja. Universidad Tecnológica Ecotec. <http://atlante.eumed.net/redes-sociales-universitarias/>

durante la reinauguración de la Facultad de Jurisprudencia de la Universidad de Guayaquil, donde estudiantes llevaron afiches solicitando la acreditación de la institución.

Hace dos años, este centro superior fue intervenido por el Consejo de Educación Superior (CES), como parte de un proceso de reestructuración administrativa y académica, luego de que obtuviera la calificación D (último escalafón) otorgada por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (Ceaaces).

Ramírez adelantó ayer que el proceso de acreditación sería antes del año electoral (2017), para evitar malinterpretaciones. Tras esto, el funcionario dio un repaso de las acciones realizadas desde la intervención de la institución, como la inversión, según él, de \$ 40 millones para la jubilación de profesores, “para que exista un cambio generacional”.

Para la remodelación de la Facultad de Jurisprudencia se invirtieron \$ 4,9 millones.

Añadió que se invirtieron \$7,3 millones para garantizar la gratuidad a los estudiantes e informó que se adjudicaron nuevas obras por unos \$ 19 millones, entre estas la remodelación de cinco de los siete edificios de administración, del auditorio de la Facultad de Ciencias Naturales y otros.

Mientras, sobre la situación de los docentes, Ramírez señaló que se pasó del 37% al 70% de profesores con maestría o doctorado y del 3% al 42% de docentes a tiempo completo. Dijo que promocionaron un concurso para 308 profesores. (1)”

René Ramírez (2015 noviembre 20) **La Universidad de Guayaquil está recuperada.**
EL UNIVERSO

Mediante la referencia emitida por el Sr. René Ramírez quien asegura el proceso de la Universidad de Guayaquil, la cual obtuvo una categoría tipo (D) en el último escalafón la cual perjudicaría a la acreditación de la misma de tal manera que podría provocar el cierre de la misma institución, afectando a la sociedad que incluye la misma. Por ello se deberá tener mejores reformas virtuales hacia el nivel académico para contribuir con una buena acreditación.⁷

⁷ Cita en el texto EL UNIVERSO por René Ramírez (2015 noviembre 20)

Matriculación En Años Atrás.

“Como se sabe la matriculación hace 2 años atrás se organizaban con cupos y en largas colas, llevando a esto a una mala organización ya que presentaba grandes conflictos, por ello se pretendió usar un método más factible, ante este caso se empleó el uso de un recurso tecnológico denominado S.I.U.G. (Sistema Integrador de la Universidad de Guayaquil) siendo un sitio web en donde los alumnos (usuarios) interactúen con el sistema dándole un mayor nivel de acreditación a la institución, pero este sistema ¿cuenta con una plataforma adecuada para la cantidad de estudiantes de la U.G.? o esta proforma ¿cuenta con los ingresos necesarios?. “⁸

Henry Ford **dijo** *"El verdadero progreso es el que pone la tecnología al alcance de todos" (1863 -1947)*

Tom Clancy exclamó *"La tecnología es sólo una herramienta. La gente usa las herramientas para mejorar sus vidas" (1947 - 2013)*

Requisitos para entrar a la universidad

- **Universidad de Guayaquil**

Ahora con matriculación en línea. Las matrículas ordinarias serán del 13 al 24 de abril, las extraordinarias del 27 de abril al 8 de mayo, y el inicio de clases será el 4 de mayo. El estudiante debe ingresar los documentos: cédula, certificado de votación y los que lo habilitan como bachiller al sistema nacional de nivelación para entrar en el curso de nivelación, donde ve cinco asignaturas específicas para cada carrera. Cuando terminan la nivelación hacen el examen del Sistema Nacional de Nivelación y Admisión (SNNA), en el que tienen que lograr entre 800 y 850 puntos mínimo, si quieren entrar a Medicina o Filosofía, o 700 para Administración, señala Sonia Ordóñez, vicerrectora académica. Una vez que reciben su puntaje pueden matricularse en la página www.ug.edu.ec. El semestre anterior fue el primero on-line. Los que no pudieron ingresar tienen dos opciones cuando no alcanzan el puntaje: dejan pasar un semestre y vuelven a dar el examen o escogen otra carrera. Muchos prefieren dar varios exámenes hasta reunir los puntos. La U. de Guayaquil tiene 55 mil estudiantes y unos 5 mil estuvieron en los cursos de nivelación. (1)

5 Mil Alumnos estuvieron en anterior curso de nivelación.

⁸ María Cristina Curillo, Guayaquil (1997)

Espol

En el segundo curso de nivelación Las fechas y examen de admisión para la Espol se manejan a través de la Senescyt. Primero deben inscribirse en la página de la SNNA, que los convoca para el Examen Nacional de Educación Superior (ENES), el cual debe aprobar y donde postula a la carrera que desea. “Si gana el cupo nos entregan un listado y los convocamos al registro a través de la página web www.admision.espol.edu.ec o a los correos que han indicado previamente”, explica Jenny Venegas, directora de Admisiones de la Espol. Hay dos cursos de nivelación. En el primero se reciben a todos los bachilleres de la Costa. En promedio el puntaje mínimo para las carreras más demandadas es de 870. En el segundo semestre van los graduados de la Sierra y los rezagados de la Costa. El curso es de aproximadamente seis meses. Si lo aprueban entran al primer semestre de sus carreras y son estudiantes politécnicos. Según el reglamento, si reprueba los dos no tiene opción de volver a estudiar en la Espol. (I)

870 Puntos es el mínimo para carreras con más demanda.

Universidad casa grande

Próximos los cursos de inducción

“Hay exámenes de admisión todos los días martes, miércoles y jueves. Las personas tienen que inscribirse previamente y cancelar el costo en finanzas, con lo cual tienen acceso a realizar las pruebas que duran cuatro horas, con test de conocimientos generales, de conocimientos de inglés, vocacional, y el resultado se entrega inmediatamente y se encuentra en la página web”, señala Daniel Valenzuela, director de Gestión Universitaria. Agrega que una vez aceptado viene un curso de inducción nivelatoria de tres semanas en las que se trabajan contenidos de Matemáticas, Lenguas y el análisis y desarrollo de un caso durante tres semanas, para inducirlos a la metodología de la universidad y que conozcan desde un inicio el sistema de trabajo bajo el cual desarrollan sus aptitudes profesionales. Una vez terminado el curso se matriculan en la carrera que hayan elegido. Las clases comienzan el 20 de abril y no se necesita realizar el examen ENES del SNNA. Si lo han presentado, el resultado tampoco incide. Solo tiene importancia si en el examen se puso a la Casa Grande entre las universidades a las que se postula, para lograr becas. (I)

20 De abril es la fecha prevista para iniciar las clases.

Universidad católica

Se alista proceso de admisiones

El proceso de admisión de invierno 2015 de la UCSG tiene dos opciones: examen de ingreso y curso de nivelación. Para el examen, las inscripciones y entrega de documentos serán en la secretaría de cada facultad, que a la vez determinará la fecha entre el 2 de febrero y el 5 de mayo, según se indica en un comunicado de esta universidad. Los exámenes del SNNA se darán del 23 al 26 de febrero, también según la carrera. Los cursos de nivelación serán entre el 2 y el 28 de marzo, con una duración de cuatro semanas o 140 horas mínimos. Las inscripciones y documentos se aceptarán hasta el 25 de febrero. Se debe entregar copia de cédula de ciudadanía a color, tres fotos tamaño pasaporte, copia del certificado de votación, el acta de grado refrendada o la copia notariada del título de bachiller o certificado equivalente, certificado de conducta del colegio y copia de planilla de servicios básicos. El test psicológico es para los postulantes de la UCSG, no para postulantes del SNNA. Para Medicina solo examen de ingreso y en caso de reprobado se podrá tomar, según notas y cupos, un curso de nivelación de un semestre. (I)

140 Horas es el mínimo para los cursos de nivelación.

Universidad Santa María

En marzo, cursos para bachilleres

Hay dos cursos de nivelación y admisión, el primero el 16 de marzo en horario diurno y el segundo el 30 de marzo para carreras de economía y números en la noche, y la licenciatura en el día pero intensiva. Ambos terminan el 30 de abril, informa Óliver Rosenthal, director de Comunicaciones. Para estos cursos debe traer dos copias de cédula de identidad a color, cuatro fotos a color tamaño carné, copia del certificado de votación a color, certificado original de conducta del colegio, copia del certificado de haber rendido el examen del ENES. Además, una vez que se gradúe, la copia certificada del acta de grado. El estudiante puede pagar la matrícula en el momento en que tiene la admisión al curso de nivelación. Las clases empiezan el 18 de mayo y desde el 11 de ese mismo mes empiezan las inscripciones para regularizarse como alumnos, inscribirse y empezar las clases.

Además los estudiantes pueden aplicar para obtener becas de entre el 20% y el 50% por excelencia académica, por necesidades socioeconómicas, deportivas y por discapacidad. (I)

20% Del valor es el cupo mínimo que se da en las becas.

Universidad de Guayaquil

Tiene 5 áreas de conocimiento: Ciencias de la Salud, Economía y Administración, Ciencias Sociales, Ciencias de la Vida e Ingenierías. Se plantea mayor énfasis en las prácticas tomando de ejemplo a la facultad de Psicología.

Espol

La Escuela Superior Politécnica del Litoral ofrece principalmente carreras de ingeniería, de ciencias. Y ese sigue siendo su objetivo. Se espera que el próximo semestre vuelva a ofertarse la carrera de Arqueología.

Casa Grande

Propone satisfacer las necesidades de la sociedad con una educación para el cambio, con investigación y rigor académico, y la pedagogía de “aprender haciendo” para preparar profesionales socialmente responsables.

Universidad Católica

El proceso de aprendizaje se basa en el Modelo Educativo Pedagógico de la UCSG, que enuncia una formación integral: humanista, reflexiva, científica, democrática, cultural y con responsabilidad social y ambiental

Universidad santa María

La metodología es teórico práctica y ofrece carreras enfocadas en negocios y emprendimientos. El estudiante ingresa al mundo empresarial, gestiona sus propios negocios, así como proyectos internos y externos.⁹

Sábado, 25 de abril, 2015

Por turnos se matricula en facultades de la Universidad de Guayaquil

Con el turno 297 en su mano, Xavier Godoy aguardaba ayer en los bajos de la Facultad de Administración de la Universidad de Guayaquil para terminar su inscripción y conocer en qué cursos estará el próximo semestre.

Como él, cientos de alumnos de las 18 facultades de la Universidad de Guayaquil cumplieron con el último día de inscripciones ordinarias para el semestre que inicia en mayo.

⁹ <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/15/nota/4437066/entrar-u>

En cada uno de los edificios de la universidad, que se encuentra intervenida desde el 2013, se inscribían o esperaban por su turno para cumplir con su pénsum en más de 31 carreras de pregrado que oferta el centro educativo.

En el edificio de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas, Carlos Flores, alumno de quinto año de Ingeniería Civil, cerca del mediodía de ayer no se podía inscribir en las seis materias que debía tomar.

“Me dicen que mi cartilla de materias no la encuentran, sin eso no pueden ver qué me falta de materias para coger”, señaló preocupado el estudiante, que si no se inscribía ayer lo haría desde este lunes en el periodo extraordinario que dura hasta el 4 de mayo, día que se inician las clases.

Jenny Jiménez, estudiante de Comercio Exterior, quien acompañaba a Xavier Godoy en su inscripción, contó que el martes pasado debió esperar por más de nueve horas para terminar con el proceso de registro.

“Vine el martes tempranito a eso de las siete de la mañana y tenía el turno 20, pero recién a las cuatro y media salí”, comentó Jiménez, quien aguardaba que Godoy retire un papel donde podía ver sus horarios.

Godoy desde las 07:00 de ayer esperaba por ese certificado que “legalizaba” su inscripción. “Como tengo que pagar por mis materias porque me quede en una, me tienen que legalizar mi inscripción con ese papel. Me lo iban a dar el miércoles de esta semana pero aún no puedo retirarlo”, comentó.

Los alumnos consultados coincidieron en que el anterior semestre la inscripción fue más ágil. “Solo ingresaba la documentación y los certificados se los daban iniciado el semestre, ahora no”, contó Godoy, quien entra a tercer semestre.

Para el segundo semestre de este año, la Comisión Interventora planea que la universidad tenga 57 carreras que se fusionarán en nueve unidades académicas. (I)

PROCESO DE MATRICULACIÓN ON LINE

PERÍODO ACADÉMICO SEMESTRAL: ABRIL – SEPTIEMBRE 2015

Los postulantes que se encuentran aptos para matricularse por medio del sistema ON LINE son:

- Los estudiantes NUEVOS que han obtenido un cupo en el proceso del Sistema Nacional de Nivelación SNNA.
- Los estudiantes que cursaron el primer semestre en el período académico Octubre 2014 – Marzo 2015.

Para matricularse vía ON LINE debe tener activo un usuario y contraseña. Si no lo tiene, deberá ingresar a la página web de la Universidad de Guayaquil <http://www.ug.edu.ec> donde encontrará una explicación detallada para obtenerlos.

10

Quito (Pichincha).- Los resultados que arrojan las reformas a la Educación Superior, son excelentes. Se ha logrado, por ejemplo, elevar el nivel académico permitiendo mucho más ingreso y acceso de los más pobres.

Mejor calidad y con más oportunidades para los más pobres, es el resultado más sólido que se destaca de esta transformación de la educación universitaria.

Esto destacó el secretario de Ciencia y Tecnología, René Ramírez, desmintiendo la risible cifra que han publicado los sectores relacionados con el ex MPD, que hablan de 500 mil estudiantes fuera del sistema, lo cual es absurdo.

Sin embargo, la realidad es que el sistema no solo ha incrementado los cupos en 108 mil estudiantes matriculados en el sistema universitario, sino que ha aumentado 8 veces la matrícula y acceso de más del 20% más pobre. Lo que quiere decir que los indígenas, y otros sectores por siempre relegados, tienen mayores oportunidades.

“Esto es lo más importante que estamos haciendo para superar la pobreza”, dijo el Presidente durante el informe semanal, donde agregó que Ecuador lidera esta tendencia en América Latina. /SD El Ciudadano¹¹

¹⁰ <http://www.fce.ug.edu.ec/?p=1168>

Imaginar hoy en día un mundo sin el uso de sistemas informáticos es algo difícil, la tecnología cada vez se convierte en algo ubicuo entre los seres humanos llegando a interactuar en la mayor parte de las actividades, basta con ver la cantidad de personas a nuestro alrededor buscando en sus bolsillos al escuchar un sonido de celular, para contestar una llamada, tecnología que dio pie al inicio de sistemas de optimización en los procesos de ventas, haciendo uso del celular para la promoción de productos, comunicación de campañas, toma de pedidos y hasta la facturación en línea desde el local de un cliente.

Sin duda las tecnologías de información son una importante fuente de apoyo a las empresas, la brecha entre la tecnología y el negocio es cada vez más corta, y es importante entender el negocio para comprender la tecnología adecuada que se debe implantar o proyectar dentro de una organización.¹²

IV. - ANÁLISIS LEGAL:

Que, el Art. 26 de la Constitución de la República del Ecuador establece que la educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo;

Que, el Art. 27 de la Constitución vigente establece que la educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respecto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar;

Que, el Art. 344 de la Sección Primera, Educación, del Título VII del Régimen del Buen Vivir de la Constitución de la República del Ecuador, determina que el sistema nacional de educación comprenderá las instituciones, programas, políticas, recursos y actores del proceso educativo, así como acciones en los niveles de educación inicial, básica y bachillerato, y estará articulado con el Sistema de Educación Superior.

¹¹ Los resultados de la reforma en educación universitaria son excelentes (PRESENTACION) (René Ramírez) <http://www.elciudadano.gob.ec/los-resultados-de-la-reforma-en-educacion-universitaria-son-excelentes-presentacion/>

¹² http://sisacademico.ecotec.edu.ec/sistemas/sistematizacion_int.pdf

Ley Orgánica De Transparencia Y Acceso A La Información Pública (LOTAIP),

Art. 2. - Objeto de la Ley

¿Qué es la ley de transparencia?

- a) Cumplir lo dispuesto en la Constitución Política de la República referente a la publicidad, transparencia y rendición de cuentas al que están sometidas todas las instituciones del Estado que conforman el sector público, dignatarios, autoridades y funcionarios públicos, incluidos los entes señalados en el artículo anterior, las personas jurídicas de derecho privado que realicen obras, servicios, etc., con asignaciones públicas. Para el efecto, adoptarán las medidas que garanticen y promuevan la organización, clasificación y manejo de la información que den cuenta de la gestión pública;
- b) El cumplimiento de las convenciones internacionales que sobre la materia ha suscrito legalmente nuestro país;
- c) Permitir la fiscalización de la administración pública y de los recursos públicos, efectivizándose un verdadero control social;
- d) Garantizar la protección de la información personal en poder del sector público y/o privado;
- e) La democratización de la sociedad ecuatoriana y la plena vigencia del estado de derecho, a través de un genuino y legítimo acceso a la información pública; y,
- f) Facilitar la efectiva participación ciudadana en la toma de decisiones de interés general y su fiscalización.

Art. 7.- Difusión de la Información Pública.-b

Por la transparencia en la gestión administrativa que están obligadas a observar todas las instituciones del Estado que conforman el sector público en los términos del artículo 118 de la Constitución Política de la República y demás entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley, difundirán a través de un portal de información o página web, así como de los medios necesarios a disposición del público, implementados en la misma institución, la siguiente información mínima actualizada, que para efectos de esta Ley se la considera de naturaleza obligatoria.

Ley Orgánica de Educación Superior. LOES:

Que, el Art. 1 de la Constitución de la República, determina que el Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano,

independiente, unitario, intercultural, pluricultural y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

Art. 28 de la Constitución de la República del Ecuador señala entre otros principios que la educación responderá al interés público, y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos.

Art. 43.- Publicación de información en portal electrónico.- Las instituciones que conforman el Sistema de Educación Superior, en cumplimiento de la Ley, obligatoriamente deberán publicar en su portal electrónico las remuneraciones de sus autoridades, profesores, investigadores, servidores y trabajadores.

Esta información se integrará de manera obligatoria al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador.

Así lo determina la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) que está vigente desde el 12 de octubre de 2010.

Es por esta razón que para el nuevo Examen Nacional de Educación Superior (ENES) que se tomará en noviembre de 2012, el Sistema Nacional de Nivelación y Admisión (SNNA) ha cruzado la matriz MAT, que es la base de todos y todas las personas que actualmente están estudiando o que ya estudiaron en la universidad.

Esta base, permitirá restringir el acceso a aquellas personas que ya son profesionales.

La decisión de las autoridades de la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) se basa en el mandato del Art. 80 inciso d) de la Ley Orgánica de Educación Superior que expresa: “ El Estado, por concepto de gratuidad, financiará una sola carrera o programa académico de tercer nivel por estudiante. Se exceptúan los casos de las y los estudiantes que cambien de carrera o programa, cuyas materias puedan ser revalidadas”.

En síntesis: un ecuatoriano no puede acceder a la gratuidad de la educación superior dos veces. No puede obtener gratuitamente dos profesiones universitarias. Para obtener una segunda profesión debe continuar sus estudios en instituciones de educación superior privadas.

Art. 355 de la Carta Suprema, entre otros principios, establece que el Estado reconocerá a las universidades y escuelas politécnicas autonomía académica,

administrativa, financiera y orgánica, acorde con los objetivos del régimen de desarrollo y los principios establecidos en la Constitución.

Se reconoce a las universidades y escuelas politécnicas el derecho a la autonomía, ejercida y comprendida de manera solidaria y responsable. Dicha autonomía garantiza el ejercicio de la libertad académica y el derecho a la búsqueda de la verdad, sin restricciones; el gobierno y gestión de sí mismas, en consonancia con los principios de alternancia, transparencia y los derechos políticos; y la producción de ciencia, tecnología, cultura y arte.

CAPÍTULO 2 LOES

Fines De La Educación Superior

Art. 3.- Fines de la Educación Superior.- La educación superior de carácter humanista, cultural y científica constituye un derecho de las personas y un bien público social que, de conformidad con la Constitución de la República, responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos.

(RE) Primer inciso del Art. 28 de la Constitución de la República.

(RE) Art. 350 de la Constitución de la República.

(RI) Art. 8 de esta ley.

(RI) Disposición General cuarta de esta ley.

Art. 4.- Derecho a la Educación Superior.- El derecho a la educación superior consiste en el ejercicio efectivo de la igualdad de oportunidades, en función de los méritos respectivos, a fin de acceder a una formación académica y profesional con producción de conocimiento pertinente y de excelencia.

Las ciudadanas y los ciudadanos en forma individual y colectiva, las comunidades, pueblos y nacionalidades tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo superior, a través de los mecanismos establecidos en la Constitución y esta Ley.

Art. 5.- Derechos de las y los estudiantes.- Son derechos de las y los estudiantes los siguientes:

a) Acceder, movilizarse, permanecer, egresar y titularse sin discriminación conforme sus méritos académicos.

- b) Acceder a una educación superior de calidad y pertinente, que permita iniciar una carrera académica y/o profesional en igualdad de oportunidades.
- c) Contar y acceder a los medios y recursos adecuados para su formación superior; garantizados por la Constitución.
- d) Participar en el proceso de evaluación y acreditación de su carrera.
- e) Elegir y ser elegido para las representaciones estudiantiles e integrar el cogobierno, en el caso de las universidades y escuelas politécnicas.
- f) Ejercer la libertad de asociarse, expresarse y completar su formación bajo la más amplia libertad de cátedra e investigativa.
- g) Participar en el proceso de construcción, difusión y aplicación del conocimiento.
- h) El derecho a recibir una educación superior laica, intercultural, democrática, incluyente y diversa, que impulse la equidad de género, la justicia y la paz.
- i) Obtener de acuerdo con sus méritos académicos becas, créditos y otras formas de apoyo económico que le garantice igualdad de oportunidades en el proceso de formación de educación superior.

[(RE) Al lit. f)]Primer inciso del Art. 29 de la Constitución de la República

Art. 11.- Responsabilidad del Estado Central.- El Estado Central deberá proveer los medios y recursos únicamente para las instituciones públicas que conforman el Sistema de Educación Superior, así como también, el brindar las garantías para que las todas las instituciones del aludido Sistema cumplan con:

- a) Garantizar el derecho a la educación superior.
- b) Generar condiciones de independencia para la producción y transmisión del pensamiento y conocimiento.
- c) Facilitar una debida articulación con la sociedad.
- d) Promover y propiciar políticas que permitan la integración y promoción de la diversidad cultural del país.
- e) Promover y propiciar políticas públicas que promuevan una oferta académica y profesional acorde a los requerimientos del desarrollo nacional.
- f) Articular la integralidad con los niveles del sistema educativo nacional.
- g) Garantizar la gratuidad de la educación superior pública hasta el tercer nivel.
- h) Garantizar su financiamiento en las condiciones establecidas en esta Ley, en observancia a las normas aplicables para cada caso.

CAPÍTULO 2

Patrimonio Y Financiamiento De Las Instituciones De Educación Superior

Art. 20.- Del Patrimonio y Financiamiento de las instituciones del sistema de educación superior.- En ejercicio de la autonomía responsable, el patrimonio y financiamiento de las instituciones del sistema de educación superior estará constituido por:

- a) Los bienes muebles e inmuebles que al promulgarse esta Ley sean de su propiedad, y los bienes que se adquieran en el futuro a cualquier título, así como aquellos que fueron ofertados y comprometidos al momento de presentar su proyecto de creación.
- b) Las rentas establecidas en la Ley del Fondo Permanente de Desarrollo Universitario y Politécnico (FOPEDEUPO).
- c) Las asignaciones que han constado y las que consten en el Presupuesto General del Estado, con los incrementos que manda la Constitución de la República del Ecuador.
- d) Las asignaciones que corresponden a la gratuidad para las instituciones públicas.
- e) Los ingresos por matrículas, derechos y aranceles, con las excepciones establecidas en la Constitución y en esta Ley en las universidades y escuelas politécnicas públicas.
- f) Los beneficios obtenidos por su participación en actividades productivas de bienes y servicios, siempre y cuando esa participación no persiga fines de lucro y que sea en beneficio de la institución.
- g) Los recursos provenientes de herencias, legados y donaciones a su favor.
- h) Los fondos autogenerados por cursos, seminarios extracurriculares, programas de posgrado, consultorías, prestación de servicios y similares, en el marco de lo establecido en esta Ley.
- i) Los ingresos provenientes de la propiedad intelectual como fruto de sus investigaciones y otras actividades académicas.
- j) Los saldos presupuestarios comprometidos para inversión en desarrollo de ciencia y tecnología y proyectos académicos y de investigación que se encuentren en ejecución no devengados a la finalización del ejercicio económico, obligatoriamente se incorporarán al presupuesto del ejercicio fiscal siguiente.
- k) Los recursos obtenidos por contribuciones de la cooperación internacional.
- l) Otros bienes y fondos económicos que les correspondan o que adquieran de acuerdo con la Ley.

(RE) Primer inciso del Art. 357 de la Constitución de la República
(RI) Disposición Transitoria Sexta de esta ley
(RR) Disposición General Segunda del Reglamento de aplicación a esta ley
(RR) Disposición Transitoria Séptima del Reglamento de aplicación a esta ley
(RR) Disposición Transitoria Décima Primera del Reglamento de aplicación a esta ley
(CES) Consulte las siguientes normas:

Art. 21.- Acreditación de fondos.- Los fondos constantes en los literales b), c), d), e), f), g), h), i), j), k) y l) del artículo anterior, que correspondan a las instituciones públicas, al igual que los recursos que correspondan a universidades particulares que reciben asignaciones y rentas del Estado, serán acreditados en las correspondientes subcuentas de la Cuenta Única del Tesoro Nacional.

Art. 23.- Garantía del financiamiento de las instituciones públicas de educación superior.- De conformidad con la Constitución de la República del Ecuador y la presente Ley, el Estado garantiza el financiamiento de las instituciones públicas de educación superior, el que constará obligatoriamente en el Presupuesto General del Estado que se aprueba cada año.

Art. 28.- Fuentes complementarias de ingresos y exoneraciones tributarias.- Las instituciones de educación superior públicas podrán crear fuentes complementarias de ingresos para mejorar su capacidad académica, invertir en la investigación, en el otorgamiento de becas y ayudas económicas, en formar doctorados, en programas de posgrado, o inversión en infraestructura, en los términos establecidos en esta Ley.

Las instituciones de educación superior públicas gozarán de los beneficios y exoneraciones en materia tributaria y arancelaria, vigentes en la Ley para el resto de instituciones públicas, siempre y cuando esos ingresos sean destinados exclusivamente y de manera comprobada a los servicios antes referidos.

Los servicios de asesoría técnica, consultoría y otros que constituyan fuentes de ingreso alternativo para las universidades y escuelas politécnicas, públicas o particulares, podrán llevarse a cabo en la medida en que no se opongan a su carácter institucional sin fines de lucro.

El Consejo de Educación Superior regulará por el cumplimiento de esta obligación mediante las regulaciones respectivas.¹³

CAPÍTULO III

De La Calidad De La Educación Superior

Art. 10.- De la oferta de carrera en modalidad de estudios.- Para garantizar la calidad de las carreras y programas académicos de las instituciones de educación superior, el CES determinará las carreras que no podrán ser ofertadas en las modalidades semipresencial, a distancia y virtual.

(NI) La totalidad de disposiciones de este capítulo guardan relación con las competencias del órgano de evaluación, por el contexto mismo de las disposiciones, parecería que en lugar de CES, debería hacer referencia a CEAACES.

Conclusiones Y Recomendaciones:

Conclusiones:

1. Todos los procesos establecidos mediante este periodo de matriculación vía On-line, establecen diversos aspectos, en donde ocasiona ciertas inestabilidades hacia los usuarios; entonces se procede a buscar mejoras para la plataforma universitaria (S.I.U.G.)
2. La matriculación por este medio social, tiene lados positivos a su vez, evitando aglomeración de usuarios ante el periodo extendido dentro de la institución, por lo tanto se pretende satisfacer reformas electrónicas para mejorar el rango de nivel ante ella, para poder producir una satisfacción y acreditación ante la U.G.
3. Puesto a presentar dicha herramienta tecnológica se pretende establecer una serie de parámetros para buscar acreditaciones a la Educación, en el ámbito educativo y social.
4. *“El Ecuador irá hacia donde su Universidad vaya”*
(Oswaldo Hurtado Larrea)¹⁴

¹³ Art. 357 de la Constitución de la República. Reglamento General A La Ley Orgánica De Educación Superior Decreto Ejecutivo No. 865. Rafael Correa Delgado. PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

¹⁴ http://tuning.unideusto.org/tuningal/images/stories/presentaciones/ecuador_doc.pdf. Sistema de educación superior en el Ecuador

Recomendaciones:

1. Recurrir a las inversiones del Estado dirigido hacia la Universidad de Guayaquil, para así buscar plataformas tecnología que admitan la cantidad de persona establecidas en el sitio web evitando aglomeración de usuario dando un mejor servicio en línea.
2. Proporcionar mejorar en acreditación académica con la buena exploración al navegar por la vía desempeñada, esto aumentara el la categoría universitaria favoreciendo a la Institución.
3. Es necesario que la institución cuente con un centro (soporte técnico) de alta disponibilidad hacia los estudiantes de la U.G.
4. Impartir más comunicación hacia el tema de matriculación entre los periodos de fecha adquirida.
5. Presentar disponibilidad académica ante horarios y cupos establecidos

Bibliografía:

Referencias Bibliográficas De Citas

- Educación y nuevas tecnologías: los desafíos pedagógicos ante el mundo digital. Inés Dussel - Luis Alberto Quevedo. ISBN 978-950-46-2252-9. Grupo Santillana. 2010.
- EDUCACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS: LOS DESAFÍOS PEDAGÓGICOS ANTE EL MUNDO DIGITAL. Dussel Ines y Alberto Quevedo. Dussel Ines y Alberto Quevedo.
 - Constitución del Ecuador 2008.
 - Ley Orgánica de Educación. LOES. 2010.
 - Ley Orgánica De Transparencia Y Acceso A La Información Pública (LOTAIP)
 - René Ramírez (2015 noviembre 20) La Universidad de Guayaquil está recuperada. *EL UNIVERSO*
 - Cita en el texto *EL UNIVERSO por René Ramírez (2015 noviembre 20)*
 - Henry Ford exclamó *"El verdadero progreso es el que pone la tecnología al alcance de todos" (1863 1947)*
- Instituto de Estadística de la UNESCO. (2009). Medición de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en educación. Manual de usuario. Disponible en: http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/ICTguide09_es.pdf. Consultado en 18/11/2013 a 10:21.
- Tom Clancy exclamó *"La tecnología es sólo una herramienta. La gente usa las herramientas para mejorar sus vidas" (1947 - 2013)*
- TORRES, Jeysi, (2010) "Tecnología Educativa Actual" del año 2010, Revista virtual, Pág. 3.

- VAZQUEZ, Francisco, (2006), Modernas Estrategias para la Enseñanza, Lexus, Ediciones Euroméxico. Tomo 2. Pág.312.

Referencia De Recursos Electrónicos E Internet (Sitios Web)

- <http://www.asambleanacional.gob.ec/>
 - <http://www.ces.gob.ec/>
- <http://www.cisc.ug.edu.ec/cisc/index.html>
- <http://www.cisc.ug.edu.ec/cisc/cint.php>
- <http://www.cisc.ug.edu.ec/cisc/servicios.html>
- <http://educaciondecalidad.ec/leyes-sistema/ley-educacion-superior-loes.html>
- <http://www.eluniverso.com/tema/universidad-guayaquil>
- <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/11/20/nota/5250048/ramirez-asegura-que-u-esta-recuperada>
- <http://www.matematicas-ug.edu.ec/>
- http://www.matematicas-ug.edu.ec/?page_id=829
- <http://revistadipa.ug.edu.ec/>
- <http://servicioenlinea.ug.edu.ec/SIUG/Account/Login.aspx>
- <http://www.ug.edu.ec/>
- <http://www.ug.edu.ec/base-legal-que-la-rige/>
- http://www.ug.edu.ec/leytransparencia/cumplimiento/2014/certificado_cumplimiento_art_12_2014.pdf <http://ug-dipa.net/?cat=5>

017. INFLUENCIA DEL LENGUAJE EN EL DESARROLLO DE LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ECOTEC- CAMPUS SAMBORONDÓN.

Autores:

MSc. Nadia Aurora González Rodríguez

Licenciada en Ciencias de la Educación. Máster en Ciencias de la Educación (Cuba). Docente y Delegada de Investigación de la Facultad de Comunicación y Marketing en la Universidad Tecnológica ECOTEC, Guayaquil
ngonzalez@ecotec.edu.ec

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 este artículo se relacionan los conceptos de lenguaje, pensamiento e identidad a partir de estudios de la psicología cognitiva, el principio sociocultural y del modelamiento de conductas en la cátedra universitaria; tal vinculación está concebida con el fin de fortalecer las relaciones interpersonales de los individuos, puesto que es de vital importancia contribuir al desarrollo del lenguaje como forma de identidad cultural.

La investigación empírica y de campo contribuye a explicar el proceso cognitivo y lingüístico para la interpretación de la realidad y la comprensión de modelos culturales. Los conocimientos lingüísticos tributan a las investigaciones psicolingüísticas, ya que posibilitan la comprensión y la producción del lenguaje; además, son importantes las aportaciones de otras disciplinas como la comunicación, la neurociencia, la sociología para que el docente diseñe ambientes de aprendizaje mediante estrategias motivadoras que propicien el desarrollo de la lengua materna, en especial, los docentes de la asignatura de Lenguaje y Comunicación; de modo que se fortalezca la identidad cultural, con un enfoque inclusivo.

Las instituciones educativas tienen un importante papel en la formación integral del futuro profesional; así como el contexto y la familia son el soporte motivacional que las universidades pueden aprovechar en el estudio de casos. Por tal razón, la presente investigación tiene como propósito fundamental es proponer estrategias de motivación que propicien el desarrollo del Lenguaje mediante la identidad cultural, de los estudiantes de Universidad ECOTEC-Campus Samborondón.

Palabras Clave

Lenguaje, identidad cultural, conformación de la personalidad, estrategias de motivación.

ABSTRACT

This article discusses the concepts of language, thought and identity from studies of cognitive psychology, sociocultural modeling principle and behaviors related to the teaching process at universities such link is designed in order to strengthen relationships of individuals, since it is vital to contribute to the development of language as a form of cultural identity.

The empirical and field research help explain the cognitive and language for the interpretation of reality and understanding of cultural model processes. Language skills are associated with psycholinguistic research as due to the fact that facilitates the comprehension and production of language; also important contributions from other disciplines such as communication, neuroscience, sociology for teachers to design learning environments through motivational strategies that promote the development of the mother tongue, especially teachers in the subject of Language and Communication ; so that cultural identity is strengthened, with an inclusive approach.

The educational institutions have an important role in the formation of future professionals; and the context and family are the motivational support that universities can take on the case study. For this reason, this research is proposing fundamental purpose motivational strategies that promote language development through cultural identity of students of University Campus ECOTEC - Samborondón.

Keywords

Language, culture identity, shaping the personality, motivation strategies.

INTRODUCCIÓN

El principal objetivo de la UNESCO es contribuir a la paz y la seguridad a nivel mundial; de este modo, la educación, la ciencia y la comunicación son los pilares fundamentales de la comunidad internacional para garantizar la práctica de los derechos humanos a partir de proyectos que promuevan la honestidad, la equidad, la colaboración, la libertad, el respeto y la autonomía reflexiva.

Los antropólogos han usado la noción de personalidad para referirse a comportamientos característicos y a formas de pensar, sentir, actuar. A medida que las conexiones interculturales permiten la ejecución de procesos mentales y se produce un tipo de pensamiento. El lenguaje como parte de la estructura cognitiva contribuye a desarrollar la identidad de las personas en sus diferentes contextos y condiciones socioeconómicas. En el círculo familiar se forma el nivel de conciencia y se complementa con la ética y la inteligencia emocional. Cabe recordar que la ética social y la responsabilidad reflexiva en las prácticas educativas son fundamentales para entender el contexto en el cual los conocimientos tienen sentido y al cual pertenecen.

Es preciso recordar que en la familia ancestral la colaboración fue fundamental para el desarrollo del lenguaje. El diálogo y la conversación evocan modos de vivir, a partir de la forma en la que las personas perciben el comportamiento de los individuos, lo cual se define como identidad. Entonces, el ámbito familiar es

el nicho original que siembra los modos de convivir; la educación motiva a descubrir los problemas sociales, económicos y políticos que afectan la conformación de la personalidad de los individuos; en tal sentido, es el apoyo principal para la formación de valores porque la convivencia promueve el saber convivir y el mutuo respeto.

Es importante fomentar la capacidad de adaptación al cambio y complementar su comportamiento cultural (arte, religión, mitología, folclor, ideologías, etc.). De modo que, Lenguaje y Pensamiento establecen una conexión entre el mundo exterior e interior; esta interacción es la oportunidad para relacionar el pasado con el presente y conservar lo importante; también es el elemento aglutinador de los seres humanos, quienes son los sujetos activos en la conformación de la cultura de una nación; su uso determina la identidad de un pueblo, como el sexo, la religión, la etnia, clases sociales y cualquier otro referente asociado con la personalidad de los individuos. Durkheim (1894, p. 39) manifiesta que la educación es el esfuerzo para imponer al niño los modos de ver, sentir y obrar, que él no hubiera adquirido espontáneamente.

En ámbitos escolares el lenguaje es el soporte funcional de las acciones ya que permitirá por medio de la palabra expresar opiniones, pensamientos, ideas de lo que desean transmitir hacia sus oyentes, en este caso sus compañeros y profesor. "La distancia entre el nivel real de desarrollo, determinado por la capacidad de resolver independientemente un problema, y el nivel de desarrollo potencial, determinado a través de la resolución de un problema bajo la guía de un adulto o en colaboración con otro compañero más capaz" (Vygotsky, 1988, p.133).

Por lo que corresponde mencionar que el currículo actual de los diferentes niveles educacionales propone integrar el diálogo intercultural que estuvo relegado durante siglos. Al eliminar la fragmentación de los contenidos se promueve la contextualización y pertinencia de los aprendizajes, la observación de la realidad como dinámica multidimensional, propone el proyecto de vida, los ambientes de aprendizaje, la investigación, la gestión social; además, considera la perspectiva cultural con nuevos criterios de calidad para la adopción de nuevos modelos pedagógicos y curriculares, en otras palabras, nuevas formas de organizar el conocimiento. De tal manera que se requiere que la sociedad disponga de sistemas eficaces para la transmisión de dicha cultura como lo propuso Vigostky en su teoría interaccionista.

1. Personalidad e identidad cultural en su relación con la formación del individuo

La forma de ser y las características más destacables de la persona serán el resultado de los sucesos que vivió y que de una u otra forma cambiaron su personalidad para bien o para mal. Los estudios de la psicología freudiana, compartidos por el discípulo Kardiner, plantean que el periodo formativo en la etapa de la niñez es clave en la personalidad básica y los determinantes culturales asociados con la influencia de las instituciones primarias, que cada sociedad impone y que difiere de otra.

Los autores Ralph Linton y Cora Du Bois citados por Berry (2002), establecieron criterios calculados de la conformación de la personalidad;

coinciden en la idea de que existe una personalidad modal, como patrón de personalidad estadísticamente más frecuente a falta de un medio matemático y objetivo que determinará, de manera más precisa, la conformación de los rasgos de la personalidad en la sociedad. En este concepto se infiere que la personalidad se va formando a lo largo de la vida desde la niñez hasta la adultez en donde los distintos acontecimientos de nuestra vida son los decisivos para determinar los rasgos y el tipo de personalidad.

Por su parte, el concepto de identidad cultural fue asumido por los años cuarenta del siglo XX en Estados Unidos de Norteamérica en el dominio de la psicología social como explicación a los fenómenos de integración frente a la inmigración. En el artículo presentado por García A. (2008, p.4), este autor cita la visión culturalista: "...la identidad cultural remite necesariamente al grupo original de pertenencia del individuo, con lo que el origen (o las raíces) sería el fundamento de toda identidad cultural, es decir, de aquello que define a un individuo de una manera inequívoca y auténtica."

De igual manera aporta la siguiente idea: "En realidad, cada individuo integra de manera sintética la pluralidad de referencias identificativas que se vinculan a su historia, generando una identidad de 'geometría variable' según las dimensiones del grupo al que tome como referencia en cada caso que se produzca la relación." García (2008, p. 7). Por tal razón, este aspecto se traduce en la utilización de algunos rasgos culturales como parte de su identidad, que suele expresarse con un carácter dinámico que son negociados por determinados grupos sociales, como consecuencia de ciertas estrategias de conformación de la identidad.

En la década del 30, la antropóloga cultural Ruth Benedict (en García, 2008) estudió culturas completas, cada una se denomina configuracionista, porque cada cultura se configura en un modelo llamado ethos cultural central, como totalidad que integra esta comunidad. La identidad del individuo se conforma desde los primeros momentos de su vida y solo termina con la muerte, se asumen de manera inconsciente a partir de experiencias propias.

Las teorías de cultura y personalidad pueden ser descritas en general como formas psicológicas del funcionalismo que relacionan las creencias y prácticas culturales con la personalidad del individuo. Partidarios de estos planteamientos, algunos especialistas sobre el tema afirman la importancia de las experiencias de la temprana infancia, como el aprendizaje del aseo, la lactancia y el aprendizaje del sexo, en la formación de un tipo modal o básico de personalidad adulta o de carácter nacional.

De tal manera que, personalidad es el conjunto de rasgos cardinales, centrales y secundarios que configuran un patrón de pensamientos, sentimientos y conductas a través de diferentes situaciones. Resulta de un proceso paulatino en el que intervienen diferentes factores de índole social, familiar y personal en el que se producen continuos cambios que van desde la etapa de la niñez hasta la adultez. El poseer una autoestima alta es sumamente importante dentro del proceso de aprendizaje, ya que el estudiante que confía en sí mismo tiene más posibilidades de aprender porque se siente capaz de hacerlo; al contrario, un estudiante con baja autoestima se siente incapaz de aprender, muchas veces ni quiere o ni lo intenta por lo cual estará destinado al fracaso.

En la teoría de Piaget (en Smith, párr. 17), el desarrollo de la personalidad está influenciado por la esfera intelectual; puesto que para él todos los aspectos relacionados con la personalidad dependen del desarrollo de la capacidad intelectual del individuo para ordenar su experiencia, lo que evidencia la conducta cognoscitiva humana como la mezcla entre “maduración, que es la diferenciación del sistema nervioso; la experiencia. Además, está determinada por la interacción con el mundo físico, la transmisión social como función básica de la educación para influir sobre la naturaleza de la experiencia del individuo y provocar el equilibrio a través de un esfuerzo cognoscitivo y la adaptación al ambiente”.

De igual manera, refiere que la conducta aprendida de los individuos es moldeada a partir de las decisiones de aquellos que los han antecedido, por lo que la influencia de la cultura determina los comportamientos normales en el accionar de determinada comunidad y en gran medida esta cultura es aprendida en el contexto educacional.

Esta idea concuerda con lo expresado por Grimaldi (2009, párr. 1):

Para las teorías endógenas, la personalidad viene determinada por características innatas de esa persona, en cambio para las teorías exógenas, el ambiente social y cultural, va a ser el factor determinante en el desarrollo de la personalidad. Las teorías interaccionistas consideran que el ambiente determina la manera de comportarse y la personalidad que cada persona desarrolla y viceversa, es decir la personalidad de cada uno va a ejercer una influencia en el ambiente que lo rodea.

De cualquier forma, en el crecimiento del individuo influye tanto la familia, como la sociedad y con ella, la cultura contribuye al comportamiento de cada persona, aunque este le aporta su temperamento genético en su predisposición a las conductas, frente a las experiencias vividas; pero si este comportamiento va siendo moldeado sistemáticamente por aprendizajes inconscientes, entonces las conductas también se van modificando poco a poco. Tal es el caso de la opinión, de la doctora Ana García de la Universidad de Jaén quien cita:

Erikson (1963) consideraba que los adultos maduran y cambian a medida que van pasando por diferentes etapas. Igualmente, los psicólogos clínicos suelen partir del supuesto de que los individuos son capaces de realizar cambios importantes que afectan a muchos aspectos de sus vidas. Incluso algunos, como Mischel (1972), han propuesto que la personalidad puede ser tan maleable que cambie de situación a situación. (García, párr.2)

La personalidad es parte de la cultura y evoluciona en la medida en que cada individuo interacciona más, convive y desarrolla un patrón de pensamientos, sentimientos y conductas físico-culturales, cognitivas y sociales en la teoría de Adler. En el 2001, los autores García, González y Novales estudiaron en el National Center for Education in Maternal and Child Health y revelaron que la etapa de cambios emocionales, sociales y cognoscitivos más trascendentales del niño es de 6-8 años, puesto que reconocen el bien y el mal, la perspectiva

de futuro, identifican su contexto social, tienen afinidad con los amigos y el trabajo en equipo, y necesitan ser aceptado por ellos; en esta época se agudizan las habilidades mentales para relatar sus experiencias, sentimientos e ideas y por ende consolida la asimilación de su cultura.

Entre los 12 -24 años el ser humano puede comprender el mundo interpersonal y social, lo cual influye en el desarrollo cognitivo. La persona asume su crecimiento como una forma inconsciente de crecimiento espiritual y emocional según sus vivencias y experiencias de vida, en función de: la familia, la escuela y la sociedad; del mismo modo, adquiere su cosmovisión de vida del grupo etario al que pertenece; lo cual quiere decir que durante el proceso de recreación comunicativa se consolidan los referentes de identidad que forman parte de su conducta. Consecuentemente, la identidad es puntiforme porque se desarrolla en espacios discontinuos. El idioma es lo que caracteriza en el proceso de formación de un individuo mediante un determinado código lingüístico que propicia la interacción con los demás y se desprende de su naturaleza ideológica e identidad.

A decir de Rovira (2008, párr. 8): "... Las ciencias sociales definen identidad como la manera en que las personas se describen a sí mismas como integrantes de un grupo en particular...". Por lo que el idioma forma parte de la expresión de los pueblos y conforman también la identidad nacional como expresión cultural, según Ávila, R. (1998, p. 117) entre una de las problemáticas de las comunidades hispánicas se encuentra la búsqueda de su propia unidad para contrarrestar, a nivel internacional, el reto del inglés como lengua franca, por lo que dentro de estos países hispanos no se puede aceptar la aplicación de políticas que rechacen a los grupos étnicos. Algunos autores han hablado sobre esta temática de manera especial, tal es el caso de Mina (s.f, párr.12): "La perspectiva funcional del lenguaje, objeto de estudio de la lingüística, permite establecer su carácter dinamizador de los procesos culturales de la comunidad, en la cual interviene".

En Ecuador se han reconocido algunas nacionalidades, entre ellas: Kichwa, Shuar, Achuar, Chachi, Epera, Huaorani, Siona, Secoya, Awa, Tsáchila y Cofán, Zápara, al respecton la Lic. Lucía Mejeant, de nacionalidad Shuar, afirma: "En el ámbito de lenguas indígenas, la DINEIB se creó en el año de 1988, como instancia encargada de llevar adelante la tarea educativa, se ve en la necesidad de crear una instancia que regule, estandarice y desarrolle a las lenguas indígenas..." (Mejeant, 2001, p. 1). En opinión de Zambrano (2006, p.64): "La identidad no se adquiere de forma mecánica sino como resultado de un complejo proceso de actos psicológicos, pues mientras algunas relaciones de este tipo se dan de forma inconsciente, otras ocurren deliberadamente".

2. El lenguaje como vínculo sociocultural entre las personas

Desde la época de los griegos, la lingüística es la ciencia del lenguaje para tener un tipo de pensamiento, lo cual implica que el lenguaje es el vehículo que transmite la cultura. Autores como Chomsky, en el 1997, Vigotsky en el 1996 y Piaget en el 1998 estudiaron las bases lingüísticas; luego otros autores como Sanfir Word llegaron a determinar que primero se configura el Lenguaje y luego el Pensamiento que interviene directamente en la Cultura.

A principios de este siglo Saussure un lingüista de Ginebra, definió que el lenguaje es una realidad dual: la lengua y el habla porque permite comunicarse. En función de este concepto, el lenguaje es un sistema de valores que vincula sonidos e ideas. Sin ese vínculo es imposible separar un pensamiento de otro. Consecuentemente, la función del lenguaje es mediar entre el pensamiento y el sonido, de modo tal que la relación entre ambos produzcan un resultado. En la teoría conductista el uso del lenguaje es la respuesta. Otro enfoque lo considera una actividad y a la vez un comportamiento individual.

Chomsky indica que para estudiar la naturaleza del lenguaje es necesario comprender lo que sucede en el organismo del niño con la información que ingresa en él y las construcciones gramaticales que luego surgen de él a través del uso de la lengua. Para el autor Saussure, Lengua y habla son dos realidades distintas pero inseparables, la lengua es el instrumento de comunicación que permite la interconexión mutua, utiliza un sistema de signos. En tal caso, es también un instrumento cultural. El sistema nervioso central y la corteza cerebral son determinantes del habla y de la organización del lenguaje, según Chomsky, por eso su teoría innatista. Este autor toma las ideas de Descartes y de Harris para desarrollar la Teoría Gramática Generativa Transformacional.

El lenguaje es uno de los principales elementos socioculturales. Wilmer Zambrano afirma: "En la misma medida en que una comunidad se solidariza con sus costumbres, mitos, ritos, tradiciones, sistemas de valores, etc., acepta y asume su identidad, tiene en alta estima su lengua". (Zambrano, 2006). La lengua se convierte en un rasgo típico de la cultura de la comunidad, por medio de ella la persona se siente identificado, es capaz de pertenecer a una sociedad que evoluciona y se desarrolla con el devenir histórico, que asume retos lingüísticos y diacronías del lenguaje; asimismo reforzará sus patrones culturales con sentido de pertenencia, a fin de aceptar y respetar las diferencias de los otros; lo cual implica vivir de manera tolerante y responsable en relación con sus coetáneos.

Uno de los factores determinantes en el proceso de desarrollo y enriquecimiento de las lenguas maternas está relacionado con la influencia del idioma inglés. Al respecto, Esteban, Nadal y Vila (2007) comparten el criterio de que este idioma en particular, en el actual contexto globalizado se ha convertido en la lengua principal de las clases que ejercen el poder político y económico en la sociedad y a pesar de esto, las lenguas regionales se están imponiendo a este conflicto, por lo que lo extraño y lejano está tomando nuevas formas.

Teniendo en cuenta las palabras de Esteban et al. (2007, p.,2) quienes referencian a otros especialistas, que presentan a los sujetos más importantes del proceso: Gracias a las nuevas interacciones sociales, el poder identitario de las comunidades (Bauman, 2003) y el apoyo económico de los gobiernos locales, la lengua se está convirtiendo en una marca de 'autenticidad' (cohesión social), un instrumento simbólico que es necesario defender y reivindicar de frente a la amenaza global (Fishman, 2011), lo que valida el argumento que es necesario adoptar esta postura como sinónimo de identidad cultural.

El aprendizaje de una lengua extranjera es importante para el desarrollo profesional de los individuos; así como también dominar la lengua materna, y hacer consciencia sobre la valoración de las lenguas autóctonas. “Dado que una lengua es un conjunto de signos arbitrarios vigentes en un grupo humano es evidente que el que no la conoce tiene que aprenderla de los que ya la poseen y por tanto que el niño ha de aprenderla de sus mayores.” (Siguan, 1998).

3. Las instituciones educativas superiores y su importancia en el desarrollo del lenguaje

La falta de motivación por la lectura de los maestros constituye uno de los problemas básicos que aqueja a la educación, debido a la cultura conformista. Durante estos años, en la educación ha prevalecido la memorización de contenidos y no el gusto o placer por el aprendizaje autónomo que se adquiere con el ejercicio sistemático de la lectura. Gil (2000) citado por Ramírez (2009), desarrolló el tema “Factores que influyen en el desinterés por la lectura”, el cual fue objeto de estudio con estudiantes secundarios de instituciones locales en Ecuador; en esta investigación identificó que existen factores psicológicos y sociales que inciden en el desinterés por la lectura.

Entre los factores psicológicos, mencionó la falta de motivación por parte de los padres y docentes ya que pocos se preocupan por desarrollar hábitos de lectura en sus hijos y estudiantes. El autor anteriormente mencionado interpreta que el condicionamiento negativo se ocasiona porque muchos padres han asociado la práctica lectora de sus hijos, en ocasiones, como una forma de castigo y esto ha generado rechazo por parte de los estudiantes hacia esta actividad. A su vez, si las personas se educan en un medio donde se promueva el amor por a la lectura de su contexto social, ya sea ecuatoriana o de la región latinoamericana (de habla hispana), se propiciaría la asimilación de la identidad cultural.

(Vived & Molina, 2012):

Para mantener alta la motivación tiene que pasarlo bien, leyendo, tiene que comprobar que su esfuerzo vale la pena y que los demás se alegran con sus progresos; aunque sean lentos. En este sentido, resulta fundamental implicar al lector de una manera activa. Para disfrutar de la lectura, el lector debe estar completamente involucrado en la actividad de lectura o escritura y debería tener oportunidades para elegir lo que quiere leer y escribir. (pág. 117)

En la reflexión de estos autores se puede entender que la motivación por la lectura parte de un interés personal, en el cual el estudiante siente la facilidad de análisis y reflexión sobre lo que está leyendo. Así mismo establece que la utilización de instrumentos, como mediadores, son el objetivo de facilitar el hábito lector; es decir, para que un estudiante se sienta en libre confianza de disfrutar y se adentre en el proceso de lectura, es necesario que exista una motivación; y existen guías, las cuales ayudan a que el lector y sus libros; desarrollen y fortalezcan valores y habilidades.

En el nivel superior es importante que los estudiantes se involucren en actividades de investigación, por lo que acuden a libros, fuentes académicas, entre otras; al respecto, el Físico James Chadwick , manifestó: "Una combinación ordenada de partes que, aunque trabajen de manera independiente, se interrelacionan o interactúan y, por medio del esfuerzo colectivo y dirigido, constituyen un todo racional, funcional y organizado, que actúa con el fin de alcanzar metas de desempeño previamente definidas" (Chadwick,1987, p.23), lo cual quiere decir que el sistema Educativo superior a través de la Psicología del Aprendizaje ha involucrado a la Tecnología Educativa mediante un enfoque sistemático que contribuye al mejoramiento de los resultados de aprendizaje.

De manera que, la enseñanza debe "trasladar el poder donde debe estar, a quien por su misión misma tiene que ser ajeno a todo poder, a todo dominio; es; en suma, hacer soberano al que no debe serlo"(Zarate,1845, p.7). La Educación es de vital importancia porque contribuye con el desarrollo social, en la obra "La literatura en la enseñanza de mediados del siglo XIX", el autor se refiere al plan general de estudios de 1845 y destaca la importancia de la retórica hasta nuestros días.

Los estudiantes que necesitan el estímulo más a menudo son los menos propensos a recibirlo. La habilidad más importante para criar a un niño en una democracia es la posibilidad de alentar a ese niño. El estímulo puede ser la cualidad más importante por su influencia en la conducta o comportamiento ya que es el ingrediente clave en todas las relaciones profesionales y personales positivas. Cabe mencionar que el ambiente actual en el aula por lo general se observa distorsionado por comportamientos inadecuados de los estudiantes.

Evidentemente, la universidad se le ha planteado dejar de ser lugares de transmisión de la información y pasar a ser centros de transformación de ideas, que posibiliten la producción de soluciones a los problemas de su sociedad; para promover la evolución completa, promoviendo la calidad de manera general (Vallarini, 1995). Tal dimensión implica relacionar aspectos filosóficos, socio-políticos, biopsicosocial que caracteriza a la educación humanista, constructivista, social y liberadora y es recomendable para el buen funcionamiento de la sociedad.

Por otro lado, si la universidad cumple una función social, la comunicación es vital para desarrollar la escucha activa a partir de la motivación, conocida por ser un estado interno que dirige al ser humano hacia una meta o fin determinado. Un ritmo cálido y modulado produciría mejores vínculos, un clima de confianza y de seguridad. La comunicación es un acto cognoscitivo, de carácter subjetivo y autorreferencial, ya que, es en la sucesión de experiencias comunicativas en donde los seres humanos "se relacionan y se acoplan estructuralmente" (Ceberio y Watzlawick, 2006, p. 74).

En el enfoque curricular, las estrategias pedagógicas deben favorecer la motivación y brindar la adecuada atención a este aspecto para consolidar el proceso de construcción en el nuevo modelo de formación universitaria y vincular la realidad nacional con los contenidos programáticos de la asignatura de Lenguaje y Comunicación, en esa forma se estaría fortaleciendo la identidad cultural en las diferentes carreras, aceptando las diferencias como

parte de un proceso histórico y compartir ideas, costumbres, tradiciones del lugar. Por cuanto, el fin de esta investigación es proponer estrategias de motivación que propicien el desarrollo del Lenguaje mediante el fortalecimiento de la identidad cultural, en los estudiantes de la Universidad ECOTEC.

4. Estrategias didácticas para propiciar la motivación a favor del desarrollo del lenguaje y su vínculo con la identidad cultural

La creciente tendencia por ingresar al nivel superior, trajo consigo estudiantes que no necesariamente estarían formados al 100% en cuanto a destrezas lingüísticas para afrontar las exigencias de las Universidades. Como se ha indicado anteriormente, este aspecto está relacionado a los factores de pobreza, la diversidad cultural, étnica, situación familiar, los cambios del perfil social del estudiante: necesidades educativas especiales, estudiantes con responsabilidades familiares (padres, madres), estudiantes adultos mayores, estudiantes en condiciones de privación de la libertad, estudiantes con dificultades de aprendizaje, desmotivados, entre otros.

Consecuentemente, el lenguaje no es más que la puerta de entrada hacia un mundo social que lleno de exigencias cada vez mayores a medida que avanza el tiempo, y el desarrollo del aprendizaje se vuelve más complejo, a la vez riguroso, con miras hacia una globalización total donde el que menos sabe es quien más sufre, por ende hoy en día el aprendizaje es el eje fundamental que mueve un país, y el mundo. La comunicación pretende modificar la conducta o la opinión de una o más personas. (Aparicio, 2011)

El lenguaje forma parte de la identidad de una persona, puesto que es la expresión social del pensamiento de los ciudadanos que integran una nación, independientemente de su ideología, religión, raza u otro factor de esta índole. Mina (s.f., párr.94) piensa: “No es posible mirar el lenguaje como una parte de la cultura. El hombre es hacedor de la cultura y ella también lo determina, al tiempo que el lenguaje abarca todo porque todos sus productos son signos, símbolos e implican comunicación”. Desde muy temprana edad, los seres humanos necesitan sentirse parte de un grupo y una forma de ajustarse a los cambios sociales y es asumir las normas lingüísticas de su comunidad. Gracias a este proceso de adquisición de su lengua es que los hombres crean su propia visión de la realidad.

Por tal razón, los espacios educativos son medios a través de los cuales los individuos van desarrollando no solo su lenguaje sino también su identidad individual y con ello, su identidad cultural.

“Lenguaje y pensamiento están estrechamente ligados, es el verbo del ser humano por ser acto más creativo del ser humano, le permite interpretar la realidad, recrearse en lo imaginario a través del signo y del símbolo, estableciendo códigos. Es considerado también un instrumento del pensamiento, también un producto social, que influye sobre los demás productos culturales...”. (Mina, s.f., párr. 92)

Desde que el niño adquiere sus primeras nociones escolares, es capaz de ir asimilando sus propios patrones de conducta social referidos a los modelos a

seguir, como es el caso de la figura del maestro, por lo que este tiene la responsabilidad social de ser un ejemplo favorable en relación con su comportamiento, toma de decisiones, valores morales, identidad cultural y manejo adecuado de su lengua materna. El idioma es una forma viable de desarrollo intelectual, el desarrollo de competencias asociadas con la lectura y la redacción promueve el fortalecimiento de la actitud valorativa de los educandos. La comprensión lectora enriquece el vocabulario, el pensamiento crítico y la cultura de las personas.

Según una investigación realizada por Teresa Narcisca López, María Alejandra Granja y Danilo Santa Cruz de la Universidad Espíritu Santo (UEES), a partir de una encuesta realizada a 334 estudiantes de Periodismo de Guayaquil, de un total de 2456 estudiantes universitarios de esta especialidad, que deberían interesarse más por la lectura, resultó que situaron a la lectura más como una actividad de ocio frente a otras actividades comunes, el 21% tenía a la lectura como la actividad menos preferida para practicar; la fuente más utilizada es Wikipedia con el 21,1 % , la tercera fuente fue Scholar Google con un 15% y la opción de "otros" como enciclopedias, biblioteca y periódicos quedó en sexta opción, como la menos favorecida; además fueron mencionadas en forma muy detallada cuáles fueron las percepciones de los estudiantes (López, Granja y Cruz, 2015, p.55).

Más adelante, los autores mencionados anteriormente especifican que el empleo de revistas indexadas o bases de datos por parte de los estudiantes de Periodismo son poco común, pese a que son fuentes confiables y apropiadas para su nivel. De esta investigación se puede reflexionar que si los estudiantes de esta especialidad, quienes necesitan de esta herramienta indispensable para su formación y que no le brindan el significado real que la lectura merece en un contexto universitario; pues valdría preguntarse cómo utilizan esta herramienta los estudiantes de las otras carreras, lo que coloca en desventaja al resto de la población universitaria del país.

La lectura es una habilidad de suma importancia para el enriquecimiento del vocabulario, para evitar los errores ortográficos, sirve como modelo para la correcta escritura y de una manera natural, casi involuntaria se van conformando buenas prácticas comunicativas en el individuo. Desde que la persona comienza la etapa de aprendizaje de su lengua materna debe sentirse motivado por el hábito de la lectura y la familia ocupa un papel determinante en este sentido, sin embargo, en ocasiones no sucede de esta manera y es en tal sentido que las instituciones educacionales tienen el deber social de responsabilizarse por este aspecto, para apoyar al individuo en formación.

Los docentes de la materia de Lenguaje y Comunicación de las Universidades tienen una gran responsabilidad frente a este problema con la lectura, por lo que la metodología de enseñanza debe asumirse por estos docentes como un eslabón indispensable en esta proyección. La inteligencia pedagógica para el perfeccionamiento de la lengua materna debería asumirse a partir de formas más complejas para la comprensión textual. Este enfoque constituye un elemento indispensable en la transformación de los modelos imperantes.

En tal sentido, el conocimiento de la neurociencia puede apoyar al docente en su desempeño profesional una vez que le facilita la comprensión de las formas

de aprendizaje y procesamiento de una información; así como la manera de descifrar y fijar la información del individuo.

Uno de los retos fundamentales de la educación del siglo XXI radica en intentar la formación activa de la personalidad de los educandos mediante un rico proceso de comunicación participativa, para lo que debe lograrse que la comunicación cumpla con sus tres funciones principales: la informativa, la afectiva, y la reguladora. (García et al., párr.42)

Por otro lado, Anna Lucía Campos expresa:

Si los que lideran los sistemas educativos llegaran a comprender que los educadores, a través de su planificación de aula, de sus actitudes, de sus palabras y de sus emociones ejercen una enorme influencia en el desarrollo del cerebro de los alumnos y alumnas, y por ende en la forma en que aprenden, quedaría sin necesidad de justificar el por qué vincular los estudios de las Neurociencias al contexto pedagógico. (Campos, 2010)

Por tal razón, el docente de Lenguaje y Comunicación, a través del estudio de casos, en talleres de reflexión y debate, deberá propiciar la motivación de sus estudiantes para la comprensión textual de diferentes enfoques previstos en los casos seleccionados. Esta tipología de análisis sobre temáticas actuales asociadas con las diferentes áreas del conocimiento de los estudiantes facilita la comprensión y fácil expresión de los juicios de valor asociados con el pensamiento crítico que debe desarrollarse en este nivel educacional. Además, vale recalcar que la selección de los casos debe ser prevista con un enfoque interdisciplinario e intercultural, puesto que el fin es también, propiciar las valoraciones personales sobre los comportamientos individuales. En tal sentido, el docente tiene que ser muy cuidadoso en la concepción de un sistema de preguntas a través de las cuales, los estudiantes desarrollen las competencias comunicativas, con el propósito final de la elaboración individual de un ensayo crítico donde exprese las ideas defendidas en el debate grupal.

La fase creativa del pensamiento está asociada con las diferentes manifestaciones de la cultura de los pueblos, los recursos extraídos de su idiosincrasia, de las problemáticas sociales y de las experiencias personales pueden ser fuentes de información para que los estudiantes puedan elaborar sus propios casos de estudio y ponerlos a consideración del resto del grupo. Esta estrategia favorece la enseñanza emprendedora y el enfoque del aula invertida, puesto que los estudiantes deben valerse de la búsqueda individual de sus recursos lingüísticos para expresar sus criterios referidos al análisis de los sucesos de su entorno.

En especial, el subrayado, epigrafía, resumen, esquema, mapas conceptuales, cuadros sinópticos son estrategias atencionales que permiten la codificación, elaboración y organización de la información. Las estrategias de repetición y almacenamiento mejoran los procesos de retención y memoria a corto y largo plazo, a través de la copia, repetición, recursos nemotécnicos, establecimiento de conexiones significativas, entre otras; y las estrategias de personalización y

creatividad promueven el pensamiento crítico, la metacognición, la creatividad, entre otras.

No menos importantes son los ejercicios para la modelación de exámenes, desarrollo de cuestionarios, auto preguntas, ejercicios de aplicación para que el estudiante utilice eficazmente la información adquirida, realice tareas académicas, elabore informes que requieran la síntesis, desarrolle auto-preguntas, ejercicios de aplicación y transferencia, entre otras. “Las estrategias docentes tienen mayor alcance que los métodos de enseñanza-aprendizaje, y como parte de la estrategia docente es necesario seleccionar de forma armónica los métodos que implican acciones productivas en el aprendizaje para alcanzar los objetivos” Montes y Machado (2010).

Es por esta razón que el docente de Lenguaje y Comunicación adapta los mecanismos idóneos para el desarrollo del pensamiento, promueve además el respeto y la valoración de las diferencias a partir de temas históricos, así como otros relacionados al desarrollo de ciudadanía para fortalecer la identidad cultural y el sentido de pertenencia. El eje de interculturalidad contribuye también a que los estudiantes se sensibilicen con su identidad; constituye un apoyo para el análisis de problemáticas actuales desde su carrera o desde su papel como ciudadanos, de modo que asuman posturas correctas como futuros profesionales de las diferentes especialidades; la crítica académica de los enfoques presentados en noticias, crónicas, artículos científicos, cortometrajes de reflexión, estudios de casos; propicia la lectura de libros de interés profesional o de recreación de autores nacionales más que internacionales, permite la práctica de debates que consideren la realidad.

En el enfoque de ciudadanía intercultural que propone el Consejo de Educación Superior para la gestión del conocimiento, se menciona al contexto productivo, ambiental, social y cultural que articula las funciones básicas del nivel superior. Los temas pueden extraer casos polémicos para la práctica tipo taller con el fin de que los estudiantes sean el principal protagonista del análisis, desarrolle propuestas a partir de la literatura ecuatoriana y de América Latina, analice textos y autores que consoliden la identidad y mostrar ejemplos de las teorías y cosmovisiones que aglutinan al pensamiento y la literatura latinoamericana. “Emitir mensajes ante una sociedad, es prioritario analizar el objetivo que se desea alcanzar con dicho mensaje” (Arizmendi, 2014).

CONCLUSIONES

La asignatura de Lenguaje y Comunicación construye la base pedagógica para el desarrollo cognitivo-conductual, mediante la aplicación de métodos y técnicas empleadas por el docente, tales como las vivencias, la mediación social y la interculturalidad. Puesto que, en la gestión del conocimiento, este genera ambientes de aprendizaje para construir una actitud crítica y analítica frente a los conocimientos teóricos de su ciencia.

Todo profesional capacitado es capaz de contribuir a la resolución de los problemas asociados con su quehacer, por lo que sentirse parte indispensable de este accionar es imprescindible para la evolución de la sociedad y por ende, de la nación. Sin embargo, aún la tasa de eficiencia terminal es baja en relación al ingreso de estudiantes en el nivel superior; por tanto, es indispensable

superar los niveles de exigencia mediante la práctica pedagógica de manera que el lenguaje humano permita la conformación de una serie de códigos, que conceptualicen hechos y situaciones de su contexto social, a fin de que sean resueltos por los propios estudiantes. De esta manera se asegura una calidad de la educación que le aporta a un futuro más próspero.

En las aulas universitarias debe promoverse la implementación de modelos innovadores, ambientes de aprendizaje y espacios sociales para organizar el conocimiento en la dinámica intercultural. El lenguaje tiene un enfoque creativo e innovador, que posibilita la búsqueda de soluciones frente a los problemas que se puedan presentar en su contexto social y profesional. Con el apoyo del docente pueden surgir, de manera creativa e innovadora, diseños simplificados que faciliten el aprendizaje y motiven al estudiante. Por lo que cada docente debe crear su propia estrategia de vinculación de los contenidos lingüísticos a través de la lectura interactiva y crítica con un enfoque sociocultural.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcalde, L. (1995). Textos de didáctica de la lengua y la literatura N° 5. Barcelona: Editorial Garó, p. 24.

Aparicio, H. (2011). Propósitos de la comunicación. Consultado el 20 mayo de 2016. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/71924332/PROPOSITOS-DE-LA-COMUNICACION>

Ávila, R. (1998). Lenguaje, medios e identidad nacional. Consultado el 2 de abril de 2015. Recuperado de www.colmex.mx/academicos/cell/ravila/docs/idnacreel.pdf

Austin, T. (2007). Cultura y personalidad. Recuperado de www.lapaginadelprofe.cl/Antropologia/cultypersonalidad/cultypers.htm

Arismendi, L. (2014 Marzo, 22) Propósitos de la comunicación. Recuperado de <http://eoeexpresate.blogspot.com/2014/03/comunicacion-verbal-y-sus-propositos.html>

Berry, J.W. (2002). Cross-Cultural Psychology: Research and Applications. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?isbn=0521646170> –

Campos, A. L. (2010). Consultado el 22 de abril de 2015. Consultado el 14 de febrero de 2015. Recuperado de http://www.educoea.org/portal/la_educacion_digital/laeducacion_143/articulos/neuroeducacion.pdf

Castells, M. (1997). La Era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol. 1 La sociedad red. Madrid: Alianza Editorial.

Ceberio, M; Watzlawick, P. (1998). La Construcción del Universo. Barcelona: Herder.

- Cerezo Calle, J. M., & Carriel Lasso, J. A. (2013). Incidencias de las conductas disruptivas en la inteligencia emocional de los estudiantes de la unidad educativa "Agustín Alberto Freire Icaza" de la parroquia Lorenzo de Garaicoa.
- Cuadrado, A. (s.f.). La evolución del espacio y el punto de vista en el videojuego. Universidad Rey Juan Carlos. Recuperado de file:///C:/Users/PROFESORD2/Downloads/La_evolucion_del_espacio_y_el_punto_de_v.pdf
- Chadwick, D., (1987). Tecnología educacional para docentes. Barcelona: Paidós.
- Durkheim, E. (1894). Las reglas del método sociológico. Versión de Ediciones Libertador (2003): Centro Editor de Cultura.
- Esteban, M., Nadal J.M. y Vila I. (2007). El papel de la Lengua en la Construcción de la Identidad: Un estudio cualitativo con una muestra multicultural. Recuperado de <http://doc.udg.edu/bitstream/handle/.../Papel-lengua-construccion.pdf?...1>
- García, A. (s.f.). El desarrollo de la personalidad. Consultado el 25 de julio de 2015. Recuperado de www4.ujaen.es/~angarcia/ELDESARROLLODELAPERSONALIDAD.doc
- García, A. (2008). La influencia de la cultura y las identidades en las relaciones interculturales. Recuperado de dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2777529
- García, M., González Y. y Novales R. (s.f.). Personalidad, comunicación y educación. El papel de la interacción profesor-alumno en la educación. Consultado el 28 de julio de 2015. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos96/personalidad-comunicacion-y-educacion/personalidad-comunicacion-y-educacion.shtml#ixzz3hEBACwVY>
- Gil y Zárate, A. (1844): Manual de Literatura, tomo I, Madrid, Boix editor.
- Grimaldi, C. (2009). Desarrollo de la personalidad. Teorías. Consultado el 15 de abril de 2015. Recuperado de www.eumed.net › Revistas › CCCSS
- López, T. (2015). *Medición de los hábitos de Lectura y su impacto en el Desarrollo de competencias Comunicacionales*. Revista académica Res Non Verba (p. 55). Ecuador: Universidad ECOTEC.
- Mejeant, L. (2001). Culturas y Lenguas indígenas del Ecuador. Revista Yachaikuna, 1, marzo 2001. Consultado el 21 de mayo de 2015. Recuperado de icci.nativeweb.org/yachaikuna/1/mejeant.pdf
- Mina, Á. (s.f). Relación lenguaje-identidad y cultura. Consideraciones desde sus usos y funciones. Consultado el 29 de julio de 2015. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos13/relaleng/relaleng.shtml>

- Montes de Oca, N. y Machado Ramírez, E. (2011). Estrategias docentes y métodos de enseñanza-aprendizaje en la educación superior. *Humanidades Médicas* 11(3), 475-488. Recuperado de <http://www.humanidadesmedicas.sld.cu/index.php/hm/article/view/127/68>
- Papalia, D. (2005.). *Desarrollo Humano*. México: Ed. Mc Graw Hill 9ª. Ed.
- Rojas, Gómez, Miguel. (2011). *Identidad cultural e integración: desde la ilustración hasta el romanticismo latinoamericano*. Bogotá: Editorial Bonaventuriana. Recuperado de www.cecies.org/imagenes/edicion_511.pdf
- Rama, V. C. (2006). La tendencia a la democratización de la educación superior en América Latina. *RIED*, 13(1). Recuperado de <http://dx.doi.org/10.5944/ried.1.13.887>
- Ramírez, E. M. (2008). La poca lectura de libros: Una trayectoria con dos sentidos. vol.22. pp. 33-64. Recuperado de <http://www.ejournal.unam.mx/ibi/vol22-44/IBI002204403.pdf>
- Rovira, L. C. (2008). La relación entre el idioma y la identidad. El uso del idioma materno como derecho humano del inmigrante. Consultado el 7 de junio de 2015. Recuperado de [ww.csem.org.br/.../la_relacion_entre_el_idioma_y_la_identidad_lourd...](http://www.csem.org.br/.../la_relacion_entre_el_idioma_y_la_identidad_lourd...)
- Smith, M. Formación de la personalidad desde una perspectiva cultural y dinámica de la personalidad en situaciones de cambio. Consultado el 23 de julio de 2015. Recuperado de www.ts.ucr.ac.cr/binarios/docente/pd-000009.pdf
- Siguan, M. (1980). *Espacio logopédico*. Recuperado de www.espaciologopedico.com
- Villarini, A. (1995). *El currículo orientado al desarrollo humano integral*. Universidad de Puerto Rico. Recuperado de http://fundesuperior.org/Articulos/Pedagogia/Curriculo_desarrollo_humano.pdf
- Vived, E. y Molina, S (2012). *Lectura fácil y comprensión lectora en personas con discapacidad intelectual*. Recuperado de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IDeHySIZaioC&oi=fnd&pg=PA304&dq=\(Vived+%26+Molina,+2012\)+motivaci%C3%B3n&ots=WemJBpoge0&sig=_HbuYTVHFnMtreWZXbETkzXnla8#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IDeHySIZaioC&oi=fnd&pg=PA304&dq=(Vived+%26+Molina,+2012)+motivaci%C3%B3n&ots=WemJBpoge0&sig=_HbuYTVHFnMtreWZXbETkzXnla8#v=onepage&q&f=false)
- Vigotsky, L. (1988). *El Desarrollo de los Procesos Psicológicos Superiores*. Cap. 6.: *Interacción entre Aprendizaje y Desarrollo*. México: Ed. Grijalbo.
- Villavicencio, M. (2015). *Red Ecuatoriana de Lectura y Escritura Académicas*. Ecuador: RELEA.

Zambrano, W. (s.f). Lengua: espejo de la identidad. Consultado el 25 de marzo de 2015. Recuperado de www.educar.org/articulos/ellenguajequenosidentifica.asp

018. IMPORTANCIA DE LA ESTIMULACIÓN COGNITIVA DEL ADULTO MAYOR EN EL PROGRAMA DE VINCULACIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA.

Autora:

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

La vinculación de la universidad con los sectores populares y productivos es un mecanismo dinámico y propositivo de interacción universidad – sociedad para potenciar las capacidades de la población y llegar a la solución de sus problemas. A fines del siglo pasado, en octubre de 1998, la Declaración sobre la Educación Superior para el siglo XXI, promovida por la UNESCO expresa: "La relevancia de la Educación Superior debe evaluarse según la correspondencia entre lo que la sociedad espera de las instituciones y lo que ellas hacen"; y en otro párrafo destaca: "La Educación Superior debe reforzar sus funciones de servicio a la sociedad y más concretamente, sus actividades encaminadas a erradicar la pobreza, la intolerancia, la violencia, el analfabetismo, al hambre, el deterioro del medio ambiente y las enfermedades, principalmente mediante un planteamiento interdisciplinario y trans disciplinario". Por otra parte, el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), en Ecuador manifiesta que hay 1,2 millones de adultos mayores con un promedio de vida que oscila entre los 78 y 72 años. El 18% asegura no tener un buen estado anímico y el 46% padece algún tipo de estrés. La tasa de mortalidad en esta población es mayor en mujeres que en varones, en el primer grupo, se debe a que se presentan enfermedades del útero y en el segundo, por accidentes de tránsito. Al aumentar la población de adultos mayores, se analizan posibles estrategias para intervenir a fin de prever una mejor calidad de vida. El ser humano con el paso de los años tiene menor estimulación neuroplástica y por ende el cerebro no produce circuitos compensatorios, la interconexión neuronal es menor; así como la producción de neurotransmisores. Al inicio del programa el 50 % de la población en estudio manifestó estar de acuerdo con la estimulación cognitiva y la mayoría estuvo a favor de que el programa tenga poca frecuencia ya que los adultos mayores se cansan con facilidad; sin embargo, estuvieron de acuerdo en que la estimulación mental debe realizarse durante toda la vida porque el deterioro cognitivo en la vejez, es inminente. Los factores que influyeron en la decisión de participar en el programa de vinculación para estimular la cognición son: En primer lugar, el apoyo de la familia; en segundo lugar, los amigos; en tercer lugar, la motivación propia y en cuarto lugar, los médicos.

Palabras Clave

Educación superior, vinculación, adultos mayores, desarrollo cognitivo.

ABSTRACT

Linking the university with popular and productive sectors is a dynamic and proactive interaction mechanism university - society to enhance the capacities of the population and reach the solution of their problems. Late last century, in October 1998, the Declaration on Higher Education for the XXI century, promoted by UNESCO states: "The relevance of higher education should be assessed according to the correspondence between what society expects of institutions and what they do "; and in another paragraph he stands out: "Higher education should reinforce its role of service to society and more particularly its efforts to eradicate poverty, intolerance, violence, illiteracy, hunger, deterioration of the environment and disease, mainly through an interdisciplinary and trans-disciplinary ". Moreover, the Ecuadorian Institute of Statistics and Census (INEC), in Ecuador shows that there are 1.2 million seniors with an average life of between 78 and 72 years. 18% said not having a good mood and 46% have some form of stress.

The mortality rate in this population is higher in women than in men, in the first group, is due to diseases of the uterus are presented and in the second by traffic accidents. By increasing elderly population, potential strategies to intervene in order to provide a better quality of life are analyzed. Man over the years has less neuroplastic stimulation and therefore does not produce compensatory brain circuits, neuronal interconnection is less; and neurotransmitter production. At the beginning of the program 50% of the study population expressed agreement with cognitive stimulation and most favored the program has infrequently as seniors tire easily; however, they agreed that mental stimulation should be done throughout life because cognitive decline in old age, is imminent. The factors that influenced the decision to participate in the linkage program to stimulate cognition are: First, the family support; secondly, friends; thirdly, self-motivation and fourthly, doctors.

Keywords

Higher education, bonding, older adults, cognitive development.

INTRODUCCIÓN

La educación ha sido el instrumento pacífico que impulsa el desarrollo de una sociedad culta y justa en todos los aspectos de la vida, este criterio concuerda con el pensamiento "La educación es un factor indispensable para que la humanidad pueda conseguir los ideales de paz, libertad y justicia social" (Delors, 1925, p.3), el autor del libro "Los cuatro pilares de la Educación", se

refirió al aprender a hacer, y éste es uno de los pilares que más relación ha tenido con el programa de vinculación.

Es de conocimiento público que las políticas sociales asumidas por órganos estatales no son suficientes para encauzarse en los parámetros mínimos de dignidad que son responsabilidad del Estado. Desde esta perspectiva y con la promulgación de la Constitución de la República del Ecuador en el 2008, la estimulación cognitiva en el adulto mayor es necesaria no solo para cumplir con sus derechos, sino que se evitan las deficiencias cognitivas (pérdida progresiva de memoria, falta de atención y concentración, dificultades para razonar, calcular, deducir, resolver problemas, relacionar, leer y escribir, inferir, representar, asociar casos, llegar a conclusiones lógicas).

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Tecnología (UNESCO), las principales consignas de la Cultura de la Paz, son: evitar los conflictos que provocan violencia, daños a la moral, autoestima, la enseñanza de buenos valores, un estilo de vida basado en el buen diálogo, negociar entre los individuos para llegar a acuerdos imparciales y equilibrados, entre otros. Desde el 2001 la UNESCO coordina y ejecuta actividades en conexión con el derecho internacional de la cultura de la paz con la intervención de entidades tales como: Naciones Unidas, gobiernos y agentes de la sociedad civil; por tanto, la educación superior en relación a estándares de calidad, trabaja para lograr una convivencia social positiva donde se fomente la democracia y los derechos humanos dentro de la comunidad educativa mediante prácticas efectivas orientadas a la equidad, considerando que la educación es un derecho social y por lo tanto, un derecho de todos.

Uno de los problemas que requiere atención inmediata porque afecta a la sociedad es el envejecimiento patológico producido por el aumento del estrés, los cambios emocionales, disminución en las habilidades cognitivas, lo cual conduce a la depresión, la comorbilidad, escasa actividad física. En este sentido, la universidad contribuye al bienestar físico-emocional a fin de ampliar la esperanza de vida saludable.

Un estudio realizado en la Universidad ECOTEC, campus Samborondón, durante el 2015, permitió identificar la importancia del desarrollo de competencias sociales como camino a la transformación; lo cual concuerda con los planteamientos de la (CEPAL-UNESCO, 1992) a partir de las variables: educación, competitividad económica, equidad social y desempeño ciudadano. Siguiendo la misma línea de investigación en el presente año, el objetivo planteado en el programa de vinculación de la Facultad de Marketing y Comunicación, contribuyó a fortalecer las capacidades cognitivas, afectivas y relaciones sociales para que los adultos mayores de un sector vulnerable de Guayaquil, adquieran habilidades y destrezas que mejoren su calidad de vida.

Algo similar realizaron los estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro; en ese caso, las técnicas aplicadas fueron: psicoterapia y entrenamiento cognitivo con otro grupo humano (El Telégrafo, 27 agosto 2016), lo cual significa que las universidades apuntan al cumplimiento de los estándares de calidad. La asignatura de Psicología es una de las que permite abordar temas relacionados a la inclusión, la integración, la acción social, las relaciones humanas, la

empatía, la motivación; de tal manera, la temática dirigida al grupo de adultos mayores por los estudiantes del programa de vinculación de la Facultad de Marketing y Comunicación, sean capaces de entrenar actividades que optimicen la comunicación, establezcan lazos emocionales con personas que tienen cierta limitación, creen un ambiente armonioso y cooperativo, desarrollen autoestima, autoimagen, sexualidad, conozcan sus derechos, entre otras. De este modo, se puede ampliar el tiempo de vida saludable de quince adultos mayores, la productividad y su calidad de vida.

Doce estudiantes de la Facultad de Marketing y Comunicación analizaron los factores que inciden en el envejecimiento saludable y la importancia de la intervención social a fin de aumentar la esperanza y la calidad de vida de la población de adultos mayores en Mapasingue Oeste, un sector vulnerable de la ciudad, por la falta de seguridad en el sector, las características de las viviendas, las condiciones de pobreza y marginación social. Desde el punto de vista psicológico, los problemas que presentan los adultos mayores del mencionado sector, son: sentimientos de inutilidad, pérdida de amigos y seres queridos, y, disminución de la agilidad, mental y física. Por esta razón, la educación para la vejez plantea cambios en las maneras de pensar.

En coordinación con la Fundación ADES y el Ministerio de Inclusión Social y Económica, los docentes guías de la Facultad de Marketing y Comunicación orientaron el programa de vinculación mediante la capacitación dirigida a los futuros profesionales. Además, en forma semanal, fue necesario realizar la planificación de actividades con el objetivo de desarrollar las capacidades cognitivas y de aprendizaje de los adultos mayores, de acuerdo al diagnóstico realizado en la primera visita al lugar donde se aplicó la técnica de la observación; es decir, se tomó en cuenta los intereses de las personas que fueron encuestadas para promover una mejor percepción de la persona hacia su propio envejecimiento y al de los demás, destacando una mejor actitud. La investigación de campo realizada en el ejercicio de la docencia de Introducción a la Psicología, en el campo de la psicología cognitiva de desarrollo, se relacionó la importancia de la estimulación cognitiva con el efecto; es decir, el bienestar del grupo de adultos mayores y sus familias, a partir de ejercicios cognitivos para un mejor funcionamiento del cerebro humano y su adaptación a los estímulos y respuestas. Por otro lado, es importante destacar que ADES como asesores en desarrollo social es una organización sin fines de lucro, privada y no gubernamental, especializada en asesoría y consultoría y creada para atender las necesidades de fortalecimiento y especialización del sector dedicado al desarrollo social en la ciudad de Guayaquil, tiene más de 15 años de trabajo en la ciudad. Por lo que cuenta con un equipo multidisciplinario de especialistas en desarrollo, educadores y docentes, unidos por el compromiso de cambiar la vida de las personas menos favorecidas de la ciudad a través del trabajo profesional.

La universidad debe lograr que el estudiante universitario tenga una visión holística y con base científica dirija su atención a la integridad e interculturalidad, dos aspectos claves en el servicio de personas adultos mayores. Al acercarse a los problemas de la práctica educativa, el estudiante puede desarrollar fortalezas en los diferentes contextos para la atención a la diversidad. De igual forma, el docente como diseñador de recursos

metodológicos, didácticos, de informática y tecnología educativa, al relacionar los conocimientos teórico – prácticos, identificó respuestas educativas de calidad a la diversidad de educandos en los diferentes niveles; puesto que, “la educación debe responder a las expectativas y procesos de desarrollo; y el profesorado es el responsable de cumplir con esta misión” (Laïdi, 2000).

Por consiguiente, es necesario reconocer que el diseño de proyectos investigativos en los programas de vinculación, es una estrategia para atender con calidad a la diversidad y de ese modo, contribuir a perfeccionar el enfoque inclusivo en cada una de las carreras. Además de la técnica de la observación directa, se aplicó una encuesta para establecer el diagnóstico inicial, trabajo que realizado por los estudiantes de la Facultad, en conjunto con la percepción del docente guía observador, quien identificó el objetivo y registró sus criterios en informes de la actividad.

Como resultado de las doce sesiones de trabajo in situ, los estudiantes se apropiaron del aprendizaje colaborativo; es decir, fomentaron independencia positiva, responsabilidad individual, habilidades sociales, respeto mutuo, tolerancia, respeto a la diversidad, escucha activa, corresponsabilidad, coevaluación, discusión, administración del tiempo, toma de decisiones, comunicación verbal y escrita, análisis, síntesis y evaluación. Adicionalmente, desarrollaron la habilidad de trabajar en equipos interdisciplinarios, comunicarse y cooperar mutuamente, aplicar conocimientos técnicos de la disciplina a situaciones reales, organización, planeación y administración de su tiempo y recursos, especificar criterios de solución a problemas, apreciar el valor de la información para la toma de decisiones, trabajar en situaciones desconocidas y desestructuradas, aprender a aprender. Cabe mencionar que el diseño curricular de la Facultad de Marketing y Comunicación destaca la técnica Aprendizaje Basado en Problemas (PBL) utilizada por los docentes para el desarrollo de los cuatro ejes principales del modelo educativo de la Facultad de Salud de la ECOTEC, y son los siguientes: El perfil del egresado, el rol social de las personas, la integración social de las personas y la contextualización de los contenidos.

Es relevante la opinión de (Delors, 1996, p. 91-103), porque destaca la necesidad de crear estrategias de acción social, ejecutar prácticas sociales y descarta cualquier tipo de discriminación; también manifiesta que la capacidad de vivir juntos se inicia con la acción consciente del respeto hacia “el otro”. La estimulación cognitiva en adultos mayores cumple con el criterio de pertinencia por ser un tema ligado a situaciones sociales, de salud y condiciones de vida, posibilita cumplir con el servicio social y la atención a la diversidad a través de ejercicios.

Es importante mencionar que el acercamiento al medio social permitió la exploración, observación y análisis de criterios durante las cuatro fases: Diagnóstico, planificación, implementación, y evaluación. El número de adultos mayores asignado al programa de vinculación fue seleccionado por los miembros de la Fundación ADES, así como el número de estudiantes de la Facultad de Marketing fue escogido por el equipo coordinador. Es importante mencionar que en el transcurso de la actividad los estudiantes lograron

identificar sus propias expectativas y motivaciones; además, construir un proceso de aprendizaje relacionado a los problemas reales.

La Universidad ECOTEC en convenio con la Fundación ADES y en coordinación con el MIES, ente rector de las políticas sociales en el país, cumplió con el compromiso de establecer vínculos entre estudiantes y adultos mayores en un sector vulnerable de la ciudad de Guayaquil, mediante la planificación de actividades cognitivas tales como: bailoterapia, danza folclórica, manualidades para el desarrollo motriz, entre otras. El programa fue orientado por la Facultad de Marketing y Comunicación a través de dos docentes guías y de quince estudiantes que intervinieron en el sector de Mapasingue Oeste de Guayaquil. El diseño de actividades tuvo miras a fortalecer las habilidades cognitivas mediante una estrategia para alcanzar un mayor grado de desarrollo humano; la investigación fue de tipo inductivo, analítico y sintético.

Las vivencias, experiencias y estrategias interactivas que aplicó el grupo de vinculación contribuyeron a evidenciar “el aprender a conocer, convivir, hacer, ser y emprender”. La orientación de los profesores guías de la Facultad sirvió para promover la comunicación efectiva a través de técnicas de estimulación cognitiva en un ambiente amigable, para lo cual se consideró la edad cronológica de los adultos mayores y una selección de estrategias motivacionales. Es decir, se relacionó el conocimiento científico, tecnológico, disciplinar, ético, didáctico, escolar y social con las competencias comunicacionales.

El método investigación-acción-participación (IAP) contribuyó a la ejecución de prácticas educativas inclusivas; así como también a ofrecer soluciones eficaces y creativas mediante formas de comunicación personalizada para mejorar las relaciones intra e interpersonales. Es decir, permitió al estudiante registrado en el programa de vinculación que lograra el vínculo afectivo y social con 15 adultos mayores de diferentes realidades y problemáticas sociales en un sector vulnerable de la sociedad. La totalidad de los participantes afirmó que se sintió mucho mejor con la ejercitación; lo cual quiere decir que los procesos cognitivos también reflejan los parámetros de desarrollo social.

En el mundo hay aproximadamente 568 millones de adultos mayores, cada mes 870.000 personas se convierte en adultos mayores. En Latinoamérica, existen aproximadamente 41.300.000 millones de adultos mayores y se espera un crecimiento del 3.5% en un periodo de 5 años. En Ecuador estadísticamente en el último censo de población y vivienda realizado en el año 2010, se pudo ver que la población adulta mayor es de 940.905, de un total de 14.306.876 millones de personas que habitan en el país, equivalente al 6.5% del total de la población, de los cuales el 52.60% son mujeres y el 47.40% son hombres. Entre Guayas, Pichincha, Manabí y Azuay se encuentra el 55.40% de los adultos mayores.

Cabe indicar que el Ministerio de Inclusión Económica y Social tiende a proteger y evitar la explotación, violencia, mendicidad, trata o el abandono de los adultos mayores y la restitución de sus derechos a quienes hayan sido víctimas de estos maltratos, ya que sufren daños psicológicos, económicos,

físicos y hasta sexuales, en la mayoría de los casos, provocados por familiares o personas que trabajan en la casa donde viven. Últimas investigaciones de los expertos tratan acerca de cómo mejorar y potenciar la capacidad de aprender. La tendencia de los nuevos paradigmas dentro de la dinámica del conocimiento presenta una visión integradora de nuevos métodos de aprendizaje con el propósito que el estudiante analice situaciones, solucione problemas y exprese su pensamiento creativo, acorde a la perspectiva de Edgar Morín, que propone superar la segmentación disciplinaria y en concordancia con la UNESCO en lo que se refiere a los dominios de aprendizaje: Aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a ser y aprender a vivir juntos; interpreta que se debe ampliar y precisar qué es el ámbito del “conocer” así como “El aprender a vivir juntos”. En otras palabras, para evitar el individualismo se recomienda hacer conexiones con y hacia otras disciplinas, ser capaz de comprender aspectos no lineales que constituyen la realidad. En función del paradigma antropológico de Edgar Morín (1992-2001), el Buen Vivir y la universidad se unen en diálogos en contraposición a la perspectiva anti disciplinar a fin de articular el carácter más idóneo, inter-epistémico del conocimiento: la interdisciplinariedad. No obstante, pensando en el desarrollo humano, el vínculo entre el pensamiento vivo con la “voluntad de la afirmación de existencias colectivas que otorga sentido...” implica una educación superior no disciplinar, abierta a la voluntad y decisión de autoafirmación y autonomía que surgen de la práctica de los movimientos sociales (Walsh, 2003, p. 193).

Desarrollo cognitivo en adultos mayores

La investigación y la interpretación son procesos cognoscitivos, lo cual implica que para generar experiencias pertinentes hay que enfocar el currículo desde arriba, lo que implica, intervenir en las motivaciones, emociones y el pensamiento, engranando conocimientos, saberes y experiencias previas. Cada episodio almacenado en la memoria, es integrado y asimilado gracias a un factor determinante durante la interacción con el medio y la observación. Por otro lado, en el criterio de Abraham Maslow, la motivación es necesaria también la predisposición del organismo. Al respecto, la Dra. Viviana González, catedrática de la Universidad de la Habana en Cuba, coincide con esta teoría de desarrollo humano a fin de permitir que el estudiante aprenda diseñando situaciones de aprendizaje “si la tendencia innata a realizar las potencialidades humanas se manifiesta en un clima social de aceptación y respeto, la persona encontrará las posibilidades de expresarse libremente y logrará encontrar el camino hacia el funcionamiento pleno del ser humano: la autodeterminación”. (González, V. 1999b).

No menos importante es la cognición ya que se interpreta como el resultado del funcionamiento de todos los procesos mediante los cuales una entrada sensorial (input) es transformada, reducida, elaborada, almacenada, recuperada y utilizada (Neisser, 1967). El proceso inicia a partir de la recepción del estímulo sensorial, es decir, cuando se adquiere nueva información que de alguna manera se asimila, etiqueta y guarda para su desarrollo con nuevos esquemas. Neisser clasificó tipos de memoria según la experiencia, recalcó que la memoria ecoica es similar al eco del recuerdo que proviene de un estímulo auditivo que captura a través de los sentidos. Al respecto Moray, Bates y Barnett (1965) y Darwin, Turvey y Crowder (1972) indicaron que el eco

se guarda solo un momento antes de que la información pase a la memoria a corto plazo.

Entre las causas de las alteraciones cognitivas de los adultos mayores se encuentra la deficiencia funcional de la corteza prefrontal lateral. Actualmente, en laboratorios de neurociencia, se observa el efecto de los electrodos de estimulación en pacientes de Párkinson para disminuir los síntomas; en efecto, las neurohormonas oxitocina y vasopresina y la hormona esteroide testosterona influyen en el comportamiento social.

Conclusiones:

Se puede evitar el deterioro cognitivo y mejorar la calidad de vida de los adultos mayores. Las actividades del programa de vinculación con la comunidad partieron de una planificación y gestión educativa multi, inter y transdisciplinaria, a través de investigaciones sociológicas con responsabilidad social, ética, profesional y humanista para solucionar los problemas en el marco de la inclusión educativa y del Plan Nacional del Buen vivir.

Se destacó la práctica del respeto durante la ejecución de las actividades, observándose en el grupo de estudiantes que fueron superadas las dificultades para tomar decisiones y por parte del grupo de adultos mayores en Mapasingue Oeste, se realizaron ejercicios para desarrollar la capacidad de memoria y atención que a una edad avanzada puede influir negativamente en lo social, laboral, biológico, emocional; además de afectar significativamente la vida del adulto mayor y la de su familia.

En los estudiantes se puso en práctica el aprender a hacer “para influir sobre su propio entorno” fue lo más destacado en las actividades implementadas por parte de los estudiantes de la Facultad. Otro resultados de aprendizaje observado, es: diagnosticar situaciones y caracterizar potencialidades en función de las necesidades de los adultos mayores y sus contextos para brindar la respuesta a la diversidad intergeneracional, de capacidades y vulnerabilidad, a través de prácticas de inclusión, de propuestas metodológicas, estrategias e innovaciones educativas. Es decir, se pone de manifiesto la práctica de la solidaridad y la capacidad para integrarse en el trabajo de equipos.

El programa de vinculación promovió la participación e integración social de los adultos mayores para lograr un envejecimiento activo, saludable y productivo. Las técnicas inclusivas como el “aprender a aprender” fueron adaptadas al currículo descartando lo poco significativo, integrando el aspecto pluricultural, intercultural y multiétnico, utilizando tecnologías activas. En lo posterior, como recomendación, se considera relevante el trabajo en redes comunitarias en procura de la integración activa de los adultos mayores, articulando con la participación de instituciones públicas y privadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguerrondo, I. (12 de junio de 1999). El Nuevo Paradigma de la Educación para el siglo. Recuperado el 4 de noviembre de 2014, de El Nuevo Paradigma de la Educación para el siglo: <http://www.campus-oei.org/administracion/aguerrondo.html>

- Blanco, A. (2001). Introducción a la Sociología de la Educación. La Habana: Ed. Pueblo y Educación.
- Bell, R. (2005) "Desarrollo humano, diversidad e igualdad educativa". En revista: Educación, no. 115, mayo-agosto. Segunda época. Editorial Pueblo y Educación. La Habana, Cuba.
- Brioli, C. (2012). Investigación Educativa, Docencia Universitaria, Volumen XIII, N° 1, Venezuela.
- Campos, A (2010). Neuroeducación: Uniendo las neurociencias y la educación en la búsqueda del Desarrollo Humano. Cerebro
- Castañeda, A. (1997). Aspectos cognitivos en el aprendizaje de una lengua extranjera. Granada: Impredisur.
- Cuenca, M. J. y Hilferthy, J. (1999) Introducción a la lingüística cognitiva. Barcelona: Ariel.
- Darwin, C. J., Turvey, M. T .& Crowder, R. G. (1972). An auditory analogue of the Sperling partial report procedure: Evidence for brief auditory storage. Cognitive Psychology, 3, 255-267
- Delors, J. (1925). Pensamientos.Org Educación. Recuperado el 4 de Noviembre de 2014, de Pensamientos.Org:
<http://www.pensamientos.org/pensamientoseducacion.html>
- Derecho Humano y Cultura de la Paz (2015). [base de datos]. Recuperado el 20 de Agosto de 2016:
<http://www.unesco.org/new/es/quito/education/human-rights-and-culture-of-peace/> [2015, 15 de octubre].
- Envejecimiento desde un enfoque de derechos. (2016, Agosto 27). Diario El Telégrafo. Recuperado de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/punto-de-vista/1/envejecimiento-desde-un-enfoque-de-derechos>
- Franco Martín, M., Criado del Valle C. (2002).Intervención psicoterapéutica en afectados de enfermedad de Alzheimer con deterioro leve. Madrid, España: Instituto de migraciones y Servicios Sociales (IMSERSO).
- Hurtado, O. (s.f.). Sistema de Educación Superior del Ecuador. Recuperado el 3 de Noviembre de 2014:
http://tuning.unideusto.org/tuningal/images/stories/presentaciones/ecuador_doc.pdf
- MINED (2005). VI Seminario Nacional para Educadores, Editorial Pueblo y Educación, C. Habana.

UNESCO (1999,19 de octubre). [base de datos]. Recuperado el 27 de Agosto de 2016 en: http://www.unesco.org/comnat/elsalvador/que_es.htm [2015, 15 de octubre].

Walsh, C. (2003). Qué saber, qué saber y cómo ver. Los desafíos y predicamentos disciplinares, poliquísticos y éticos de los estudios (inter) culturales desde América Andina. En Catherine Walsh (Ed.), Estudios culturales latinoamericanos. Retos desde y sobre la Región Andina. Quito: UASB -AbyaYala.

Parasuraman, R. (1984). La atención sostenida en la detección y la discriminación. En R.Parasuraman y D. R. Davies (Eds.), Variedades de Atención (pp. 243-271). Orlando, FL: Academic Press.

Pérez, G. et al (2002). Metodología de la Investigación Educativa (primera parte). C. Habana: Editorial Pueblo y Educación.

Pindado, J. (2004). Guía práctica para docentes. Madrid: CEDRO

019. TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS ORGANIZACIONES – CASO UNIVERSIDADES.

Autores:

Dr. Giraldo de la Caridad León Rodríguez

Coordinador Enseñanza Online – ECOTEC
gleon@ecotec.edu.ec

Mgs. Gilda Alcivar de Gilbert

Vicerrectora Académica – ECOTEC
galcivar@ecotec.edu.ec

RESUMEN

En la actualidad se desarrolla un proceso de convergencia de tecnologías y saberes que, sin duda marcarán un antes y un después respecto a la concepción, desempeño y evaluación de las organizaciones. Un rol fundamental en este proceso lo tiene la digitalización de los procesos, o sea, la incorporación de las tecnologías de la información y las comunicaciones, la tecnología digital en el diseño y funcionamiento de cada una de las actividades. El tema de la digitalización impacta a todas las organizaciones, incluidas las universidades, para las cuales este proceso de digitalización es objeto de estudio e investigación, pero, a su vez, soporte de las principales innovaciones en el área de la tecnología educativa que se desarrollan en la actualidad. En el presente trabajo se caracteriza el proceso de digitalización a nivel general, así como se identifican las semejanzas y aplicabilidad al caso de la educación superior; cómo incide en la actualidad el mismo en el proceso enseñanza – aprendizaje en las universidades.

PALABRAS CLAVE: Digitalización procesos, ambientes de aprendizaje mixtos

INTRODUCCIÓN

En la actualidad se desarrolla un proceso de convergencia de tecnologías y saberes que, sin duda marcarán un antes y un después respecto a la concepción, desempeño y evaluación de las organizaciones. Una de las autopistas fundamentales que sirve de soporte a este proceso de convergencia y transformaciones lo constituye la digitalización....

Pero ...qué significa ser digital? Tal y como se expresa en Dörner, K. David Edelman,D. (2015), para muchos directivos, es una nueva forma de “enganchar” a los clientes; para otros, constituye una vía totalmente nueva de hacer negocios. No obstante, aún hay poca alineación y visión en muchos casos hacia donde se mueve el negocio. A menudo, esto se traduce en iniciativas parciales o esfuerzos equivocados que conducen a la pérdida de oportunidades, pobre rendimiento, o

salidas en falso. “Lo digital debe verse no como una cosa sino como una forma de hacer las cosas”.

El tema de la digitalización impacta a todas las organizaciones, incluidas las universidades, para las cuales este proceso de digitalización es objeto de estudio e investigación, pero, a su vez, soporte de las principales innovaciones en el área de la tecnología educativa que se desarrollan en la actualidad.

El objetivo del presente trabajo es caracterizar el proceso de digitalización a nivel general y, finalmente identificar las semejanzas y aplicabilidad al caso de la educación superior; cómo incide el mismo en el proceso enseñanza – aprendizaje en las universidades.

DESARROLLO

Con vistas a caracterizar el proceso de digitalización en las organizaciones, se tomó como referencia un estudio desarrollado por el Instituto de Tecnologías de Massachusetts en el 2014. Para responder a la pregunta “¿Dónde Ud. puede encontrar oportunidades para la transformación digital en sus organizaciones?”, se contactaron en dicho estudio a 157 ejecutivos de 50 grandes compañías (ventas mayores a un billón de dólares) distribuidas por 15 países. Los perfiles de los ejecutivos fueron: la mitad CEO, directores, jefes de procesos, directores de marketing, la otra mitad líderes en tecnologías de cómputo en particular o de tecnologías en general.

Algunos de las empresas estudiadas están transformando muchas partes de sus organizaciones, mientras que otras todavía están haciendo sólo lo básico. Otras han encontrado problemas organizativos o de otra índole que les impiden la transformación con éxito. Sin embargo, lo común en todas fue que, las que han obtenido los mejores resultados, son las que combinan la actividad digital con un fuerte liderazgo para convertir la tecnología en una verdadera fuerza transformadora. A esto se le llamó madurez digital.

Los resultados del estudio mostraron patrones claros de comportamiento. Las empresas líderes están transformando tres áreas claves en sus organizaciones: la experiencia con sus clientes, los procesos operacionales y los modelos de negocios. A su vez, para cada una de estas áreas se identificaron tres elementos objetos de cambio o transformación. De esta forma se exponen 9 “ladrillos” importantes en la transformación digital. (Westerman, Bonnet, McFee, 2014)

En la tabla 1 siguiente se exponen dichos elementos.

Tabla 1.

ELEMENTOS OBJETO DEL CAMBIO EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL		
I	Transformación de la experiencia del cliente	
	1	Mejor comprensión del cliente – territorios donde operan, segmentos de mercado, qué les hace felices o qué les disgusta. Se promueven las marcas a través de los medios digitales. Se construyen nuevas comunidades online para el asesoramiento y acompañamiento a los clientes. Se desarrollan capacidades de análisis para entender mejor a los clientes.
	2	Crecimiento de las vías para “enganchar” a los clientes en las ventas – Presentaciones físicas de productos y servicios acompañadas de presentaciones en tabletas o móviles. Integración de los datos y trazas de los clientes con vistas a un servicio más personalizado en tiempo real. Incorporación de nuevas funcionalidades digitales para hacer la vida más fácil a los clientes. Mayor usabilidad de la tecnología.
	3	Puntos de contacto con los clientes – Ampliación del servicio al cliente a través de la digitalización a través de nuevos canales (twitter, Instagram, plataformas de e-commerce desde la casa, incorporación de autoservicios, nuevas APP en los móviles con este fin).
II	Transformación de los procesos operacionales	
	4	Digitalización de los procesos – la automatización permite a las organizaciones centrarse en los procesos estratégicos, ampliar las habilidades directivas, enfocarse en la innovación y la creatividad. Los datos o trazas generadas digitalmente pueden ser utilizados posteriormente en minería de datos para el descubrimiento de nuevo conocimiento sobre los clientes. Disminución del ciclo de vida de los productos, mayor cuidado del ambiente, salud y seguridad de los empleados.
	5	Nuevos espacios laborales – virtualización del espacio laboral individual, posible trabajo desde la casa o en otros lugares. Se separa el proceso del lugar en donde se desarrolla. Los trabajos pueden desarrollarse en ambientes mixtos: parte presencial, parte virtual. Las tecnologías permiten la colaboración y comunicación independientemente donde se encuentren los participantes.
	6	Gestión del desempeño – los sistemas transaccionales cada vez brindan más información a los directivos sobre los productos, clientes y su ubicación geográfica permitiéndoles tomar decisiones en tiempo real con la debida fundamentación. Es posible tomar decisiones más argumentadas a través de herramientas colaborativas.
III	Transformación de modelos de negocios	
	7	Modificaciones por medio de las tecnologías a cómo se desarrollan los negocios. - Las organizaciones están buscando las vías para incrementar su oferta física a través de las ofertas digitales utilizando la digitalización para compartir contenidos en la organización. Tal es el caso de las plataformas de e-commerce.
	8	Creación de nuevos negocios digitales. – Las empresas introducen nuevos productos digitales que complementan a los tradicionales.

		Tal es el caso de servicios financieros o de recursos humanos a través de la web y aplicaciones móviles.
	9	Globalización digital – La digitalización, la presencia en la web y en las tecnologías móviles permite a los negocios una verdadera presencia globalizada. Se logran sinergias globales manteniendo la responsabilidad social. Los servicios creados bajo la digitalización promueven la eficiencia, reducen los riesgos e incrementan la flexibilidad.

La digitalización en la educación superior.

Tal y como expresa Bátiz-Lazo. (2015), en la actualidad “se ha producido una explosión de riqueza de datos y recursos, disponibles tanto para los individuos como para las empresas que se convierten en consumidores de contenido digital y, a su vez, en productores de dichos recursos”. (p.5). El desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones están consolidando una gran autopista multimedial, multidestino, multi-itinerario y en la cual surgen nuevas vías y formas de gestionar el conocimiento, compartir buenas prácticas, aprender formal o informalmente, adquirir las competencias requeridas para poder, en un mundo cada vez más globalizado, darse a conocer, lograr un empleo, desarrollar dichas competencias en la profundidad y dirección requerida.

En Karakas, F. Manisaligil, A. Sarigollu, E. (2015) se introduce la expresión de “gestión del aprendizaje a la velocidad de la vida” lo cual refleja el reto que tienen los actuales docentes y empresarios ante un verdadero cambio de época y el tener ya en sus aulas y empresas a los “millennials”, generación cuyo nacimiento se enmarca entre 1980 al 2000 y que se caracteriza por haber nacido en el entorno de Internet, que requieren, necesitan espacios de reflexión, creatividad y colaboración.

El rol del docente ha cambiado. De ser el centro, el que transmitía los conocimientos, el que prácticamente limitaba el horizonte epistemológico al suyo personal, se ha convertido en mediador, facilitador, orientador, acompañante en un proceso de enseñanza aprendizaje orientado no al docente, sino al estudiante, el cual construye su conocimiento, adquiere las competencias a partir de aquello que le es verdaderamente significativo. A las características del contexto educativo se suman las condiciones propias de la población estudiantil, que demandan una atención individualizada, interesante, oportuna y flexible (Nieves, Otero y Molerio, 2007).

Los actores universitarios hoy en día se enfrentan a un mundo completamente distinto: acceden en línea a recursos educativos como videos académicos en su área, a conferencias de expertos sobre temas de su interés, y dispone de buscadores de información en Internet, que ponen a su alcance todo el conocimiento como infografías interactivas, diagramas virtuales, presentaciones digitales, videos, libros, revistas virtuales, y cursos en línea. Se dispone, además, de canales virtuales para intercambiar lecciones con sus pares. Las aulas virtuales, en las plataformas informáticas, les habilitan un espacio adicional para interactuar, almacenar documentos, imágenes, videos, etc., que pueden ser accedidos desde cualquier dispositivo electrónico. Los docentes pueden planificar sus clases, organizar tareas y crear salas de chat y foros de discusión; crear y gestionar trabajos en grupo, encuestas y votaciones instantáneas, desarrollar la evaluación del aprendizaje a través de

cuestionarios y evaluaciones en línea, autoevaluaciones, ordenar resultados, y usar herramientas para detectar plagio en los escritos.

La evolución constante entre los escenarios requiere de permanentemente cambio en los docentes. Se trata de dominar ambientes que van a requerir nuevas competencias en el *e-learning* alcanzando maestría en: el uso de los dispositivos de aprendizaje en entornos digitales, la ergonomía cognitiva sobre soportes móviles, las dinámicas de contribución y de reputación digital en las redes sociales. (Salinas, 2014):

En el Horizon Report correspondiente a los años 2015 y 2016, se trazan las tendencias hasta dentro de cinco años para el impacto de tecnologías emergentes en las universidades, identificándose las principales tendencias y desafíos. Se señala que en menos de dos años se incrementará el uso de diseños de ambientes de aprendizaje mixtos. La enseñanza en espacios de aprendizaje en línea se ha extendido y se ha incrementado la cantidad de estudiantes y docentes que la utilizan como una ampliación o suplemento del aprendizaje presencial. (Johnson, L., Adams Becker, S., Estrada, V., Freeman, A., 2015).

A partir de las mejores prácticas de la enseñanza en línea y la presencial, el aprendizaje mixto o b-learning va en aumento en colegios y universidades permitiendo la introducción de múltiples y variados modelos de diseño instruccional. Las ventajas de estos ambientes de aprendizaje son conocidas: flexibilidad, facilidad de uso y la posibilidad de integrar incluso tecnologías multimedia sofisticadas. Las instituciones de educación superior cada vez apuestan más por la utilización de los ambientes de aprendizaje mixto y consideran que ya han alcanzado su madurez y están listos para generar nuevas ideas, servicios y productos. (Dobo, 2015)

Las tecnologías de la información y las comunicaciones y las modalidades de aprendizaje.

El E-learning, B-learning, U-learning y M-learning son modalidades virtuales de aprendizaje, diferentes a la tradicional educación a distancia. A continuación, se exponen sus definiciones: (Díaz, V.R. et al., 2014).

- E-learning: es más que un aprendizaje electrónico. Se trata de una formación a distancia que puede incluir encuentros presenciales, se utilizan las TIC para el aprendizaje, especialmente la potencialidad de Internet. Permite la interacción con otros compañeros y docentes (Morales, 2010). Se utiliza el e-mail, los chats, blogs, plataformas educativas y las comunidades de aprendizaje.
- M-learning: o “mobile learning”, está ligado al uso de dispositivos móviles para los procesos educativos. Combina la tecnología de las comunicaciones móviles con el E-learning, permite tener acceso en línea al proceso educativo de modo deslocalizado (Metcalf, De Marco, 2006). Para Korucu y Alkan (2011), citados por Rivera, Sánchez, Romo, Jaramillo y Valencia (2013).
- U-learning: o “ubicuous learning”, hace referencia al conjunto de actividades formativas apoyadas en la tecnología disponible en cualquier lugar, se puede definir como la suma del E-learning y el M-learning. Dispone de cualquier dispositivo electrónico para el proceso educativo (Universidad de Alicante, 2014).
- B-learning o aprendizaje mixto, hace referencia a la selección de las mejores metodologías para cumplir un objetivo específico, incluyendo el aprendizaje en línea, el salón de clases, el autoaprendizaje y soluciones formales e informales a

problemas cotidianos del aprendizaje. Se identifica con las tradicionales clases semipresenciales (Hoffman, 2011).

En síntesis, más allá de las diferentes denominaciones, quizá el aspecto más importante de las modalidades virtuales de aprendizaje, es concentrarse en el término "learning" (Edel, 2010), ya que el aprendizaje es lo relevante para la gestión y regulación de la educación que hace uso de las TIC, porque si bien han cambiado las metodologías, el eje fundamental sigue siendo el aprendizaje.

El Aprendizaje Mixto (B-learning).

Internet abrió las oportunidades de acceso a la información convirtiéndose en una herramienta de procesamiento, almacenamiento, comunicación y búsqueda de información que modificó las acciones sociales, económicas, políticas y educativas (Coll & Monereo, 2008). La presencia de las TIC en el ámbito universitario se ha hecho imprescindible, su utilización en la enseñanza y aprendizaje es crucial para llevar a cabo los procesos de formación (Rubio & Escofet, 2014; Santamaría, San Martín & López, 2014).

Del mismo modo, modificó las prácticas de enseñanza acostumbradas dando apertura a modalidades educativas no convencionales que evolucionan de lo tradicional, a distancia, en línea a lo mixto, y la mezcla de tiempos y espacios síncronos y asíncronos permitió la configuración de escenarios de enseñanza aprendizaje donde el docente y estudiante mantienen encuentros que pueden llevar a la construcción del conocimiento (Osorio, 2009) (Torres, 2013).

La modalidad del aprendizaje mixto se caracteriza por la combinación de lo presencial y no presencial, lo síncrono y asíncrono. Este escenario se visualiza como expansión y continuidad de espacio temporal en el que se integran ambas modalidades (Duart, Gil, Pujol & Castaño, 2008). Actualmente las posibilidades de aprender y enseñar tienen carácter universal y la convergencia entre televisión, internet, dispositivos móviles y videojuegos, dio paso a la configuración de ambientes de aprendizaje donde se requiere de metodologías que logren armonía entre información, conocimiento, comunicación y producción del conocimiento (Álvarez & Vélez, 2014; Fernández, 2010).

En los últimos años, el aprendizaje mixto (b-learning) se ha concebido como un modelo de formación alternativo con gran auge, puesto que facilita la integración de las modalidades presencial y virtual optimizando los resultados de los procesos de enseñanza aprendizaje.

A pesar de todo lo que se ha publicado y dicho sobre los MOOC, el aprendizaje mixto es probablemente el acontecimiento más importante en el e-learning - o de hecho en la enseñanza general - en la educación post-secundaria. Muchas universidades elaboran actualmente estrategias con vistas a aumentar el empleo de ambientes de aprendizaje mixtos. Los estudiantes pueden aprender algunas cosas en línea igual o mejor que en la clase lo que provoca un movimiento más sistemático hacia el aprendizaje mixto; la necesidad de una mayor flexibilidad, incluso para jóvenes, estudiantes de tiempo completo, que suelen tener puestos de trabajo a tiempo parcial y por lo tanto a menudo tienen dificultades para asistir a clases.

En el aprendizaje mixto (b-learning) los estudiantes pueden seleccionar la forma de interactuar con sus compañeros, docentes o contenidos, optando por el momento y

forma de comunicación que más les convenga, llevando a cabo prácticas de socialización síncrona o asíncrona dependiendo de sus necesidades y la naturaleza del tema o cuestión a tratar, de esta manera surgen eventos vivos, el aprendizaje autónomo, la colaboración, autoevaluación y el uso y disposición de materiales de apoyo.

En Belloch (2013) se exponen las siguientes ventajas del aprendizaje mixto: flexibilidad, movilidad, ampliación de cobertura, eficacia, ahorro en costos, diversidad de presentación de contenidos, actualización, interacción. Se generan ambientes de aprendizaje donde la mediación pedagógica que establece el docente, va de la mano de la mediación tecnológica que pueden proporcionar los medios. Aquí toma mucha importancia el desarrollo de habilidades de gestión de la información y de tiempo, así como habilidades de comunicación e informáticas.

Una de las grandes ventajas que ofrece esta modalidad combinada, según Vera (2008), reside en la cobertura que ofrece a nivel de demanda educativa al evadir los obstáculos espacio-temporales, tratando, además, de obtener un grado mayor de participación por parte del grupo en formación, al delegar mayor grado de autonomía en el aprendizaje. González (2007) subraya que el paradigma que rige esta modalidad se caracteriza por la facilitación del aprendizaje, la instrucción y la autorregulación de las acciones formativas por parte del educando y el grupo que interactúa en el entorno virtual de aprendizaje, eso a su vez, complementado con reuniones o actividades presenciales para trabajo tutorial, asesorías o prácticas en ámbitos especializados.

Por dos años consecutivos el Horizon Report (2015) y (2016), reportan el aprendizaje mixto como una tendencia clave a corto plazo para potenciar el uso de las tecnologías en la educación superior. En Horizon (2016) se cita un estudio realizado con 20 universidades de EE.UU. donde una de sus conclusiones es que el aprendizaje mixto ha permitido un incremento de un 12% de mejores evaluaciones comparadas con evaluaciones en las modalidades solamente presenciales o solamente virtuales.

En los ambientes de aprendizaje mixtos el docente adquiere gran importancia desde las competencias obtenidas y desarrolladas para ser un tutor en el medio virtual y un orientador desde la parte presencial, consecuentemente, su capacidad para la gestión comunicativa, el afianzamiento curricular, el diseño y aplicación de una evaluación y autoevaluación a la par de un dominio e investigación en TIC (Bautista, Borges y Forés, 2006) serán factores determinantes en el alcance de una calidad educativa.

De esta forma, en los ambientes de aprendizaje mixtos se desarrollan procesos formativos flexibles en los que se pone especial énfasis en la interacción, participación y autonomía del estudiante. Todo ello con la finalidad de conseguir aprendizajes significativos a través de un proceso dinámico y motivador.

Competencia digital.

Los nuevos ambientes de aprendizaje requieren del desarrollo por parte de los actores universitarios de competencias digitales. Una de las primeras definiciones de competencia digital la propuso Gister en 1997 cuando la definió como “la habilidad de entender y utilizar la información en múltiples formatos de una amplia variedad de fuentes cuando se presenta a través de ordenadores”. (Lankshear y Knobel, 2005, p. 2). Lankshear y Knobel (2005, p.1) la consideran como un conjunto de competencias o habilidades específicas que nombran truthcentric. En esta línea, numerosos autores definen los componentes que participan en la competencia digital.

Adell (2010) en su conferencia “El diseño de actividades didácticas con TIC” en las Jornadas de Educación Digital, explicó cuáles eran las 5 dimensiones de la competencia digital:

- **Alfabetización informacional:** define, accede, gestiona, integra, evalúa, crea y comunica información;
- **Alfabetización tecnológica:** comprenden y utilizan las tecnologías para acceder, crear y compartir información en múltiples formatos;
- **Alfabetizaciones múltiples:** usan lenguajes específicos (textual, numérico, icónico, visual, gráfico, sonoro). Interpretan, comunican, expresan y crean mensajes multimedia; competencia cognitiva: análisis, síntesis, evaluación, capacidad de resolución de problemas, etc;
- **Ciudadanía digital:** actitud crítica y reflexiva ante la información que reciben. Comprenden el impacto social y económico de la tecnología. Usan la tecnología de manera autónoma y responsable.
- **Competencia cognitiva:** convierten información en conocimiento.

Todas estas dimensiones inciden directamente, a través de la digitalización, en la forma en que se gestiona la universidad, los procesos relacionados con la enseñanza y el aprendizaje.

Teniendo en cuenta los elementos expuestos en la Tabla 1 y las transformaciones que se vienen desarrollando en las universidades, se elaboró la Tabla 2 con los elementos objeto de cambio en la transformación digital en el caso de las universidades.

Tabla 2

ELEMENTOS OBJETO DEL CAMBIO EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS UNIVERSIDADES		
I	Transformación de la experiencia del cliente	
	1	Mejor comprensión y conocimiento del estudiante – dificultades en el aprendizaje, problemas en la formación precedente, qué les hace felices o qué les disgusta. Se promueve la universidad y sus ofertas a través de los medios digitales. Se construyen nuevas comunidades online para el asesoramiento y acompañamiento en el proceso enseñanza - aprendizaje. Se desarrollan capacidades de análisis para entender mejor a los estudiantes y poder tomar las medidas correctivas requeridas a tiempo.
	2	Crecimiento de las vías para “enganchar” a los estudiantes en las acciones formativas – Empleo de ambientes mixtos de aprendizaje. Actividades de aprendizaje tanto presenciales como virtuales, sincrónicas como asincrónicas. Empleo de diferentes dispositivos tales como tabletas o móviles. Integración de los datos y trazas del proceso de enseñanza - aprendizaje con vistas a un servicio más personalizado en tiempo real. Incorporación de nuevas funcionalidades digitales para hacer la vida más fácil tanto a docentes como a alumnos. Mayor usabilidad de la tecnología.
	3	Puntos de contacto docentes - estudiantes – Ampliación de las vías para establecer estos contactos a través de los medios digitales a través de nuevos canales (twitter, Instagram, plataformas de gestión de aprendizaje, <u>webinars</u> , desde la casa, incorporación de autoservicios de aprendizaje (consultas, foros, <u>chats</u> , etc, nuevas APP en los móviles con este fin).

II	Transformación del proceso enseñanza - aprendizaje	
	4	Empleo de las TIC en el proceso de enseñanza – aprendizaje - la automatización permite a las instituciones de educación superior centrarse en los procesos estratégicos, ampliar las habilidades directivas y docentes, enfocarse en la innovación y la creatividad. Los datos o trazas generadas digitalmente pueden ser utilizados posteriormente en minería de datos para el descubrimiento de nuevo conocimiento en el proceso enseñanza - aprendizaje. Mayor cuidado del ambiente, menor gasto de insumos, especialmente papel.
	5	Nuevos espacios de aprendizaje – virtualización del espacio laboral individual, posible desarrollo de la docencia y el aprendizaje desde la casa o en otros lugares. Se separa el proceso del lugar en donde se desarrolla. El proceso enseñanza - aprendizaje pueden desarrollarse en ambientes mixtos: parte presencial, parte virtual. Las tecnologías permiten la colaboración y comunicación independientemente donde se encuentren los participantes.
	6	Gestión del desempeño – los Gestores de Aprendizaje (LMS) u otras aplicaciones informáticas empleadas brindan cada vez más información a los directivos sobre los actores y su ubicación geográfica permitiéndoles tomar decisiones en tiempo real con la debida fundamentación. Es posible tomar decisiones más argumentadas a través de herramientas colaborativas.
III	Transformación de modelos de negocios de las universidades	
	7	Modificaciones por medio de las tecnologías al cómo funcionan y se gestionan las universidades. - Las universidades están buscando las vías para incrementar su oferta presencial y virtual a través de la tecnología. El financiamiento de las universidades se busca a partir de las nuevas posibilidades que brindan las tecnologías en cuanto al trabajo colaborativo, vinculación de grandes volúmenes de estudiantes, mayor acceso, empleo de la enseñanza en línea, etc.
	8	Creación de nuevas ofertas digitales por parte de las universidades. – Las universidades introducen nuevos programas o estrategias de aprendizaje digitales que complementan a los tradicionales. Tal es el caso del aprendizaje mixto, el aula invertida, estudio de casos, aprendizaje colaborativo, a través de la web y aplicaciones móviles.
	9	Globalización digital – La digitalización, la presencia en la web y en las tecnologías móviles permite a las universidades una verdadera presencia globalizada. Se logran sinergias globales manteniendo la responsabilidad social. Los servicios creados bajo la digitalización promueven la eficiencia, reducen los riesgos e incrementan la flexibilidad.

CONCLUSIONES.

Las universidades, como el resto de las organizaciones contemporáneas, no pueden quedarse al margen del proceso de digitalización de sus procesos y formas de actuar.

El proceso de convergencia tecnológica y la introducción y masividad de nuevos y más potentes dispositivos en las comunicaciones, la colaboración y el aprendizaje revolucionan las universidades, tanto en el cómo funcionan, los espacios en que se desarrollan y la forma en que se enseña o aprende.

El proceso de enseñanza – aprendizaje está centrado en el estudiante; cada día más irá construyendo sus itinerarios e irá creciendo en un aprendizaje significativo, para lograr las competencias requeridas por el mercado laboral. A su vez, todo esto a su marcha, a su tiempo y espacio requiriendo sin duda de profundas transformaciones organizacionales y tecnológicas en las que lo digital irá teniendo un protagonismo incremental.

BIBLIOGRAFIA

- Adell, J. (2010) El diseño de actividades didácticas con TIC. Centro de Educación y Nuevas Tecnologías. Jornadas de Educación Digital (JEDI) 2010, organizadas por la Universidad de Deusto, Bilbao
- Álvarez, G. & Vélez, C. (2014). ¿Qué se ha hecho sobre las TIC en educación superior y sobre la relación de jóvenes y TIC? Revisión a investigaciones realizadas en América, Europa y Asia. REIRE,7 (2), 28-52. En: <http://www.raco.cat/index.php/REIRE/article/view/278693>
- Bátiz-Lazo, B. (2016). About Millenials, New Technology and Researching Business Organizations. Journal of Evolutionary Studies in Business, Vol 1 (1/ jan-jun)
- Bautista, G.; Borges, F.; Forés, A. (2006) Didáctica universitaria en entornos virtuales de enseñanza- aprendizaje. Madrid: Narcea, 245 pp.
- Belloch, C. (2013) Teleformación. Las TICs en las diferentes modalidades de enseñanza aprendizaje. Universidad Técnica Educativa (UTE). Universidad de Valencia.
- Díaz, V.R. Pedraza, A. Valdiri, L.E. (2014). Revista Hallazgos Año 11 No 22. Bogotá D.C. Universidad Santo Tomás pp. 183-198
- Dörner, K. David Edelman,D. (2015) What digital really means? McKensy Company. En: <http://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/what-digital-really-means>
- Duart, J.M., Gil, M., Pujol, M. & Castaño, J. (2008). La Universidad en la sociedad en red. Barcelona: Ariel.

- Edel, R. (2010) Entornos virtuales de aprendizaje. La contribución de “lo virtual” en la educación. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*. 15(44), 7-15. En: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14012513002>
- González, J. (2007). Blended learning, un modelo pertinente para la educación superior en la sociedad del conocimiento. *Revista virtual EDUCA – Brasil*. Universidad Autónoma de Tamaulipa.
- Hoffman, J. (2011) *Blended Learning: Infoline, tips, tools and intelligence for trainers*. [Versión Digital] Amer Society for Training
- Johnson, I., Adams, S., Estrada, V. Freeman, A. (2015). *NMC Horizon Report: Edición Educación Superior 2015*. Austin, Texas: The New Media Consortium
- Johnson, L., Adams Becker, S., Cummins, M., Estrada, V., Freeman, A., and Hall, C. (2016). *NMC Horizon Report: 2016 Higher Education Edition*. Austin, Texas: The New Media Consortium.
- Karakas, F. Manisaligil, A. Sarigollu, E. (2015) Management learning at the speed of life: Designing reflective, creative, and collaborative spaces for millennials. *The International Journal of Management Education*. Vol 13 (3), Nov 2015, 237–248
- Koruko, A. Alkan, A. (2011) Differences between m-learning (mobile learning) and e-learning, basic terminology and usage of m-learning in education. *Procedia Social and Behavioral Sciences* 15(2011) 1925-1930 pp
- Lankshear C., Knobel, M., (2005). «Digital literacies: Policy, Pedagogy and Research Considerations for Education». Opening Plenay Adressto ITU Conference, Oslo, Norway.
- Metcalf, D. De Marco, John (2006) *mLearning: Mobile Learning and performance in the palm of your hand*. HRD press 2006.
- Morales, A. (2009). *Capital humano hacia un sistema de gestión en la empresa cubana*. La Habana. Editorial Política. Cuba.
- Morales, E. (2010) *Gestión del conocimiento en sistemas e-learning, basados en objetos de aprendizaje, cualitativa y pedagógicamente definidos*. Salamanca: Ediciones Universidad Salamanca.
- Nieves, Z. Otero, I. Molerio, O. (2007). La formación profesional en la universidad de hoy: de la educación a la autoeducación. *Revista Pedagogía Universitaria*, 12 (2), 1-9.
- Osorio, L.A. (2009). Características de los ambientes híbridos de aprendizaje: estudio de caso de un programa de posgrado de la Universidad de los Andes. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 7 (1), 1-9. En: http://idp.uoc.edu/index.php/rusc/article/viewFile/655/v7n1_osorio

Osorio, L.A. & Duart, J. (2011). Análisis de la interacción en ambientes híbridos de aprendizaje. Revista científica de Educomunicación, XIX (37), 65-72.
www.revistacomunicar.com

Rivera, P. Sanchez, P. Jaramillo, A (2013) Percepciones de los estudiantes universitarios frente al aprendizaje por medio de los dispositivos móviles. Revista Educación y Desarrollo Social 7(2), 152-165

Rubio, M. & Escofet, A. (2014). Visiones de los estudiantes de la docencia universitaria mediada por TIC. Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, 45, 217-230. En: <http://acdc.sav.us.es/pixelbit/images/stories/p45/15.pdf>

Salinas, J. de Benito, B. Lizana A. (2014) Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado, 79 (28.1) (2014), 145-163

Santamaría, M., San Martín, S. & López, B. (2014). Perfiles de alumnos según el uso deseado de las TIC por el profesor universitario. Pixel Bit. Revista de Medios y Educación, 45, 37-50. En:
<http://acdc.sav.us.es/pixelbit/images/stories/p45/03.pdf>
Doi: <http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit.2014.i45.03>

Torres, A. (2014). Las competencias docentes: El desafío de la educación superior. Innovación Educativa, ISSN: 1665-2673 vol. 14, número 66 | septiembre-diciembre, 2014

Torres, C. (2013). Inclusión de las TIC en los escenarios de aprendizaje universitario. Apertura, 5 (1). En: <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura3/article/view/369/308>

Vera, F. (2008). La modalidad Blended-Learning en la Educación Superior. En: http://www.utemvirtual.cl/nodoeducativo/wpcontent/uploads/2009/03/fv_era_2.pdf

Westerman, G. Bonnet, D. McFee, A. (2014) The nine elements of digital transformation. MIT Sloan Management Review. En: <http://goo.gl/l5KTuW>

020. FOMENTO DE LA LECTURA EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DEL SISTEMA DE NIVELACIÓN Y REGISTRO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO.

Autores:

MSc. Laura Tachong Alencastro

PhD. Jhon Alejandro Boza Valle

MSc. Emma Mendoza Vargas

Ec. Galo Macías España

MSc. Diana Cadena Briones

MSc. Harold Escobar Terán

Docentes de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Facultad de Ciencias Empresariales y Unidad de Admisión.

MSc. Maritza Alcívar Saltos

Docente de la Unidad de Admisión de la Universidad de Estatal de Babahoyo

RESUMEN

Los jóvenes en su mayoría acceden a la universidad sin una debida ejercitación de su competencia lingüística, la enseñanza de la literatura, en el nivel secundario, hay quienes se oponen a un método de análisis porque imaginan que van en contra del desarrollo del gusto por leer; y, sin embargo, se ha comprobado que entre más profunda es una lectura, a través de herramientas de análisis, mayores son las posibilidades de que esas personas se conviertan en lectores voraces.

Esta realidad circundante donde el maestro no ha recibido una preparación o capacitación, acorde a la realidad del medio, además existe poca sintonía entre los intereses estudiantiles y los intereses de los centros de estudios (espacios educativos-formativos), varios inconvenientes, por un lado la parte social y el ambiente donde los jóvenes se desarrollan, es necesario responder a las siguientes interrogantes ¿qué podemos hacer?, ¿cómo involucrar a los jóvenes en un proceso educativo de avanzada?, ¿cómo vincular a los actores sociales al entorno educativo?, ¿qué estrategias deben desarrollar los centros educativos, para involucrar a los educandos en un sistema de lectura periódica?, para que fomente la creatividad y la habilidad del pensamiento crítico. El objetivo de este artículo es promover el interés por la lectura e integrar a los jóvenes a participar de ella mediante textos literarios con otras expresiones culturales como son la música, el cine, y la teatralización, que además de ser atractivas para los jóvenes, tienen muchos puntos de encuentro con la literatura.

Palabras claves: fomento de lectura, estudiantes, mecanismos de lectura

SUMMARY

Young people mostly entering university without proper exercise of their linguistic competence, teaching literature at the secondary level, there are those who oppose a method of analysis because they imagine that go against development taste for reading; and yet it has been found that the deeper is a reading through analysis tools, the greater the chances that these people become voracious readers.

This surrounding reality where the teacher has not received a preparation or training, according to the reality of the environment, there is also little harmony between student interests and the interests of research centers, several drawbacks, for part social side and the environment where young people are developed, it is necessary to answer the following questions what can we do ?, how to involve young people in an educational process advanced ?, how to link social actors to the educational environment ?, what strategies should be developed study centers, to engage students in a system of regular reading ?, to encourage creativity and critical thinking skills. The aim of this paper is to promote interest in reading and integrate young people to participate in it through literary texts with other cultural expressions such as music, cinema, and dramatization, besides being attractive to young people, have many points with the literature.

Keywords: promoting reading students reading mechanisms

INTRODUCCIÓN

La categorización de la escritura académica se ha vuelto una necesidad que las universidades deben asumir. La realidad es que la mayoría de los jóvenes acceden a la universidad sin una debida ejercitación de su competencia lingüística. El problema se arrastra desde la escuela en donde la escritura, tanto de carácter académico como de carácter creativo, carece de espacio de sistematización y práctica. En la enseñanza de la literatura, en el nivel secundario, hay quienes se oponen a un método de análisis porque imaginan que van en contra del desarrollo del gusto por leer; y, sin embargo se ha comprobado que entre más profunda es una lectura, a través de herramientas de análisis, mayores son las posibilidades de que esas personas se conviertan en lectores voraces.

Ante esta situación este contexto pretende ser una guía de como fomentar la lectura en los estudiantes y lograr despertar desde el inicio la conciencia en los jóvenes de que el dominio de la lectura y escritura determinara en buena medida el éxito o fracaso de ellos.

En este sentido se hace necesario incentivar la lectura en los jóvenes, siendo esta un reto importante que los educadores tienen que enfrentar, en la actualidad un joven bibliófilo, el profesor debe potenciarlo, siendo esto difícil de encontrar en la juventud, debido que no es un tema de interés del común denominador, en este sentido encontrar a uno de ellos que hable de la lectura con fascinación o alegría, es un verdadero éxito en el medio actual.

En paralelo a esta realidad circundante donde el maestro no ha recibido una preparación o capacitación, acorde a la realidad del medio, además existe poca sintonía entre los intereses estudiantiles y los intereses de los centros educativos, las entidades educativas deben potenciar la preparación docente para que sin alejarse de la realidad académica se interactúe con los educandos, de esta forma que estos reciban el proceso enseñanza –aprendizaje donde se incorpore en este todos los componentes o temas necesarios para una educación con calidad.

En este sentido donde el sistema está viciado de varios inconvenientes, por un lado la parte social y el ambiente donde los jóvenes se desarrollan, y otro indistinto los objetivos de los planes y programa de estudio, se hace necesario responder a las siguientes interrogantes ¿qué podemos hacer?, ¿cómo involucrar a los jóvenes en un proceso educativo de avanzada?, ¿cómo vincular a los actores sociales al entorno educativo?, ¿qué estrategias deben desarrollar los centros educativos, para involucrar a los educandos en un sistema de lectura periódica?, esto implica que todos los participantes de este entorno deben co-participar en el mismo orden, a fin de lograr jóvenes que estudien y potencien la lectura como un hábito, mecanismos

que redundan en beneficios a nuevos conocimientos, mejora del vocabulario, fomenta la creatividad y la habilidad del pensamiento crítico.

En concordancia con lo antes expuesto, se debe vincular a la lectura textos literarios con otras expresiones culturales, tales como el teatro, la música, el cine, la fotografía y la pintura, entre otros, siendo estos mecanismos de enseñanza atractivos para los jóvenes y estos están en concordancia con la literatura por sus diferentes puntos de encuentro con ella.

Los elementos analizados tienen su importancia en el engranaje de la problemática, que responde a la dificultad que tienen los jóvenes en el sistema educativo en cuanto a la lectura, por tanto para potenciarla se hace necesaria para que se integren a los jóvenes, buscando un proceso de socialización de los textos leídos, para esto es importante se realicen actividades para despertar el interés a través de actividades dependiendo de las capacidades de cada uno de ellos, como alternativa se tienen foros y talleres, en la que los estudiantes desarrollen en base a actividades lúdicas (juegos matemáticos, rompecabezas, cantos y otros) relacionadas con el texto, abordando diferentes temáticas, actividades donde se deba actuar, también es necesario que los docentes identifiquen entre sus estudiantes acorde a su personalidad ya que estos pueden ser kinestésicos, visuales y auditivos; potenciando en cada caso los espacios de reflexión y análisis individual; es importante crear un ambiente apto para la lectura agradable para todos los gustos.

En este sentido el objetivo de este artículo es promover el interés por la lectura e integrar a los jóvenes a participar de ella mediante textos literarios con otras expresiones culturales como son la música, el cine, y la teatralización, que además de ser atractivas para los jóvenes, tienen muchos puntos de encuentro con la literatura.

METODOLOGÍA

La metodología del presente artículo está basada en un análisis de la dificultad que tienen los jóvenes estudiantes universitarios con la lectura, en especial con la de análisis y crítica, para esto fue necesario consultar a fuentes secundarias es decir la información existente en textos, revistas y documentos sobre el tema propuesto. Además fue necesario recurrir a la técnica de la encuesta para conocer las opiniones de los jóvenes estudiantes del pre universitario de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, con la finalidad de establecer las dificultades que ellos encuentran en los procesos educativos en función de la lectura, además que expongan cuales serían los posibles sistemas para mejorar la debilidad en la lectura de tipo comprensiva y crítica en este nivel de enseñanza, además de una entrevista

al rector de la universidad para conocer la experiencia en este centro de estudio con el nivel de lectura comprensiva con la que llegan los estudiantes.

La encuesta consiste en un cuestionario tipo cualitativo, el mismo constó de tres apartados: el primero en función de lo que los estudiantes conocen y se sienten sobre el nivel de lectura comprensiva que ellos consideran, en segundo lugar la encuesta focaliza los niveles esperados por los centros de acuerdo a lo que los estudiantes determinan y por último que consideran ellos necesario para potenciar la lectura en este nivel.

DISCUSIÓN

La lectura es un proceso psicolingüístico de acuerdo al criterio de (Goodman 1973, Covvdy 1979) citado por Bruner (1998) que determina que esta se ha perfeccionado, partiendo del supuesto que la lectura es la interacción del conocimiento del lector, la habilidades adquiridas, el nivel cultural y el cúmulo de estrategias adquiridas en el proceso de desarrollo que se convierten en las estrategias procesales que permite que este desarrolle su proceso crítico en la lectura, esto es fundamental para la asimilación de la pertinente de la lectura como tal y la crítica que debe el lector realizar de esta.

Como resultado de muchas investigaciones sobre los conocimientos previos y los esquemas, sabemos que los lectores tienen que usar lo que ya saben para construir su comprensión de lo nuevo, es decir, para hacer y verificar predicciones acerca de la nueva información e incorporarla (Smith, 1988).

En este sentido para tener una mejor comprensión lectora los jóvenes a través de sus conocimientos previos y otros saberes cotidianos de origen individual podrán reconstruir la teoría e ir construyendo sus propios conocimientos en los nuevos saberes, para esto el acompañamiento del docente será indispensable ya que el tendrá que motivar al estudiante en cada momento generando así una dinámica de construcción del conocimiento en la que el deseo de aprender y el poder de enseñar se fusionan. Se podría decir que el docente a través de su pasión por el saber puede despertar la curiosidad, la creación y la producción de conocimiento; ello requiere preservar el rol de alteridad respecto del alumno, permitiendo la confrontación y estar dispuesto a perder su lugar de líder en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

De la misma forma un hábito lector consolidado supone como señala Mireia Manresa, no sólo la lectura frecuente, sino su variedad y calidad; para conseguir que los estudiantes tengan una lectura diversificada, variada, tienen que manejar

los distintos grados de complejidad e ir avanzando de una lectura interpretativa a la profundización de esta, donde vaya estableciendo nexos entre las obras que ya ha leído y de esta manera crear el hábito lector, ya que si el estudiante ha leído pocos libros de literatura carecerá de base que le permita acceder a una lectura experta.

De acuerdo con (Margallos 2012) las claves de fomento de la lectura, parte de la base de que la adquisición de la competencia literaria requiere de la acción conjunta de los dos grandes objetivos de la educación literaria: el fomento de la lectura y el avance en la interpretación, por lo cual propone siete claves que orientan a los docentes al nuevo reto de formar lectores:

1. Delimitar un tiempo para la lectura autónoma y silenciosa
2. Dinamizar el tiempo dedicado a la lectura
3. Desplegar un menú variado y relevante de lectura
4. Tener en cuenta la práctica lectora de los adolescentes
5. Educar la capacidad de disfrutar de las lecturas
6. Conectar el espacio de lectura con todas las asignaturas
7. Familiarizar a los estudiantes con el circuito social del libro.

En la opinión de los autores, todas estas claves contribuyen a formar lectores con talento, donde los docentes juegan un papel importante en la elaboración de propuestas que constituyan una estrategia definitiva para la persuasión de los jóvenes hacia la lectura. Toda labor pedagógica busca seducir, es decir hacer interesante su asignatura de tal modo que el estudiante se enamore de ella. Para lograrlo, el docente tiene que mostrar sus dominios cognitivos y sus competencias comunicativas en el aula.

En este sentido, el reto de un estudiante es el de alcanzar el dominio de la lectura cognitiva y meta-cognitiva, y en ese propósito el rol del profesor como experto, es el de ayudar a los aprendices a comprender y a dominar su experiencia lectora en toda su plenitud.

En los procesos de análisis y pensamiento abstracto participan ambos lados del cerebro. Como afirma el músico y neuro-científico Daniel Levitin (2008:94) la actividad musical implica el funcionamiento de prácticamente todas las regiones del cerebro sobre las que se tiene conocimiento: Leer música exige la participación del córtex visual, situado en la parte de atrás de la cabeza, en el lóbulo occipital.

En opinión de los autores, la lectura, la escritura y el habla mantienen una intensa asociación entre sí a nivel cognitivo y comparten gran cantidad de procesos cerebrales con la escucha, la interpretación o la lectura musical. Un joven que escucha música se transporta hacia otra dimensión y despierta el sentido del oído el cual lo hace más perceptivo. Es por esto que se debería incluir la música en el aula de clases para incentivar a los estudiantes a la lectura de textos, con esta se

puede ayudar a que el aprendiente interprete, analice y mejore su capacidad cognitiva, auditiva y visual, dinamizando así sus textos como obras, poesías y demás lecturas, lo importante aquí es la creatividad que el joven tenga para musicalizar sus textos y dar vida a una lectura que para él pueda ser tediosa y aburrida.

RESULTADOS

De acuerdo al criterio generado por los estudiantes matriculados en la Unidad de Admisión y Registro, se aprecia que existe poca disposición por la planta docente de estos centros educativos para facilitar y provocar en los alumnos el amor por la lectura, que determine una acción que permita a estos desarrollar la parte cognitiva, además poca participación en los diferentes cursos de estudio frente a mecanismos creativos para que, ellos se interesen por esta, teniendo resultados poco adecuados para el razonamiento lógico, matemático y creativo, de forma tal que existe un alto nivel de estudiantes universitarios con un bajo nivel de lectura comprensiva, además de poco sentido crítico de la misma.

En paralelo a esto, los resultados del instrumento aplicado dan como resultado los siguientes argumentos, los que se expresan a continuación en los gráficos respectivos.

Se consultó a los estudiantes de la Unidad de Admisión y Registro (UAR) si consideran que en la unidad educativa donde se prepararon como bachiller utilizó programas adecuados para la lectura.

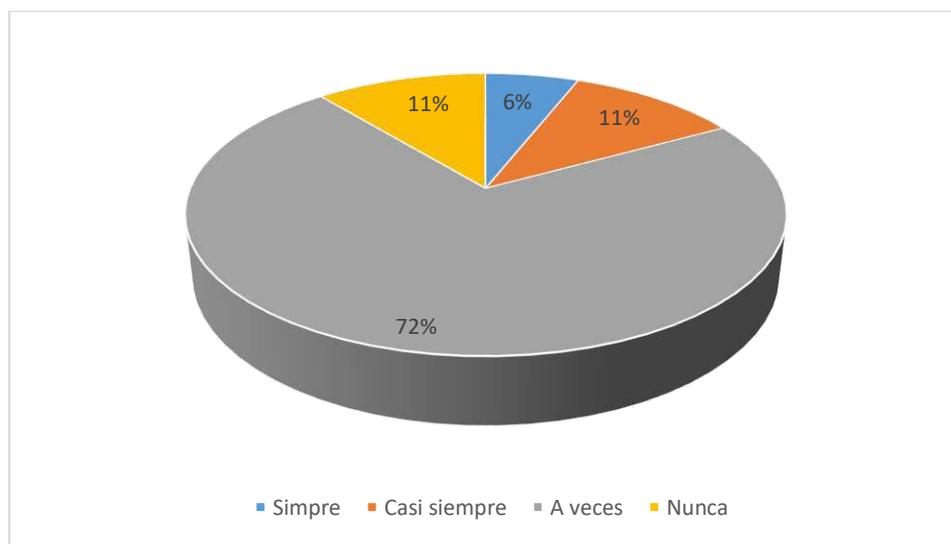


Gráfico 1. Uso de programas para lectura comprensiva

En el criterio de los estudiantes de la UAR, se aprecia que el 72% de ellos manifiestan que A veces en la Unidad Educativa se usaron programas de lectura para mejorar el accionar de ellos y potencializar un estudio adecuado, en la misma dirección de estos consideran el 6% que siempre, el 11% considera casi siempre se usaron estos programas, más sin embargo el 11% de ellos ostentan que nunca se desarrollaron programas creativos de mejoramiento de la lectura.

En este sentido también se consultó los medios utilizados con mayor frecuencia para incentivar la lectura

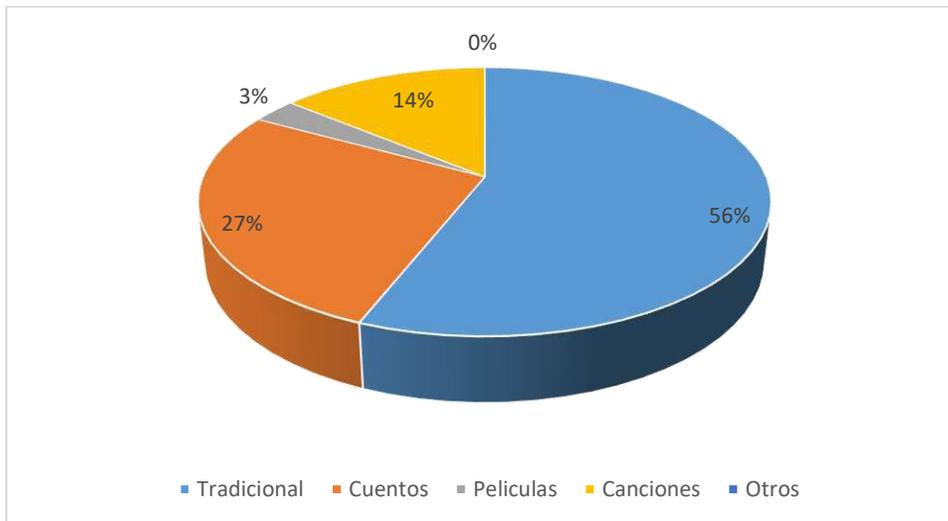


Gráfico 2. Uso de medios para incentivar la lectura

En el criterio de los estudiantes en su mayoría con el 72% consideran que los medios utilizados son los tradicionales, es decir medios memorísticos y con escaso nivel de interpretación, para el 27% de los consultados consideran que los cuentos son el medio más usado en el desarrollo e incentivo de la lectura.

En paralelo a esto se consultó también a los estudiantes de la UAR si la Unidad Educativa hizo énfasis en la preparación estudiantil en función de cultivar la lectura.

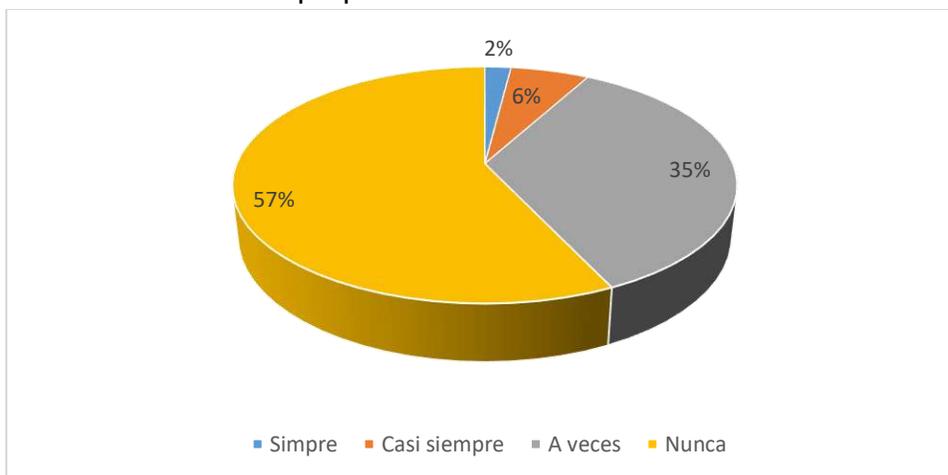


Gráfico 3. Énfasis de la Unidad Educativa para cultivar la lectura

En el criterio de los estudiantes en su mayoría el 57% nunca se hizo énfasis en la preparación estudiantil para cultivar la lectura, consideran que los medios utilizados son los tradicionales o frecuentes, es decir medios memorísticos y con escaso nivel de interpretación, para el 35% de los consultados consideran que a veces se trató de hacer énfasis para cultivar la lectura, esto es poco conveniente debido a que estos estudiantes tendrán con una alta probabilidad de fracasar en sus estudios universitarios.

En esta línea los estudiantes y docentes de la UAR se les consultan sobre la utilización de métodos creativos en la lectura.

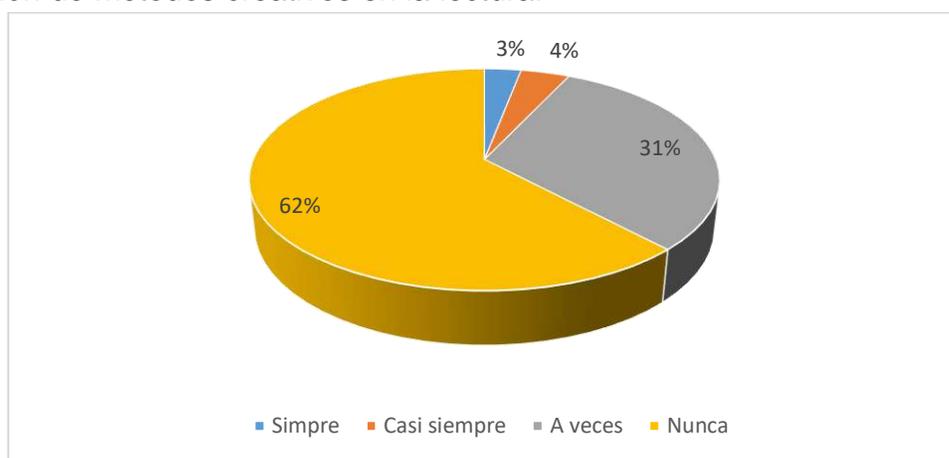


Gráfico 4. Uso de método creativo para fortalecer la lectura

Se puede observar en el gráfico 4, que los estudiantes no han usado métodos creativos para cultivar una buena lectura en un 62% de los encuestados, en la misma dirección se observa que apenas el 31% lo han usado muy rara vez, lo que significa que para fortalecer en los centros educativos la lectura se debe preparar al docente de las Unidades Educativas en técnicas creativas para fortalecer la lectura en estos centros.

Para conocer sobre lo que los estudiantes consideran medios por los cuales se potencie o se incentive la lectura crítica, para estos los medios están relacionados significativamente con el cine, teatro, música, pintura entre otros, estos fueron los resultados obtenidos.

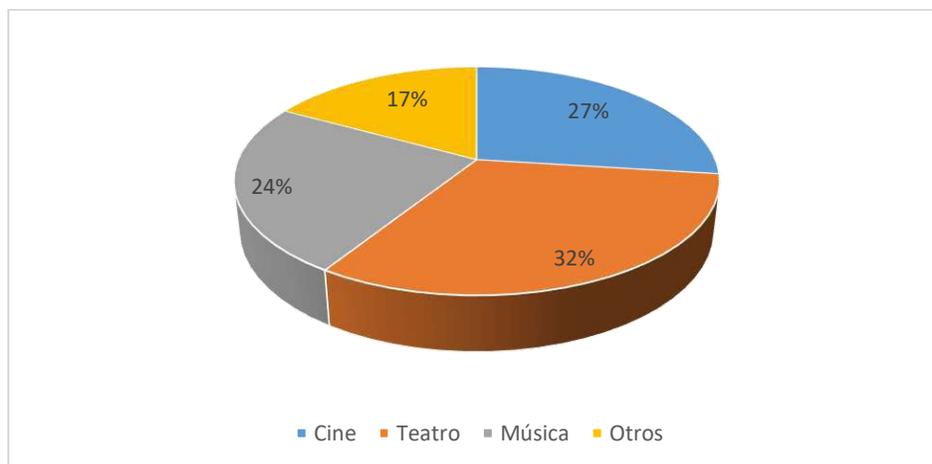
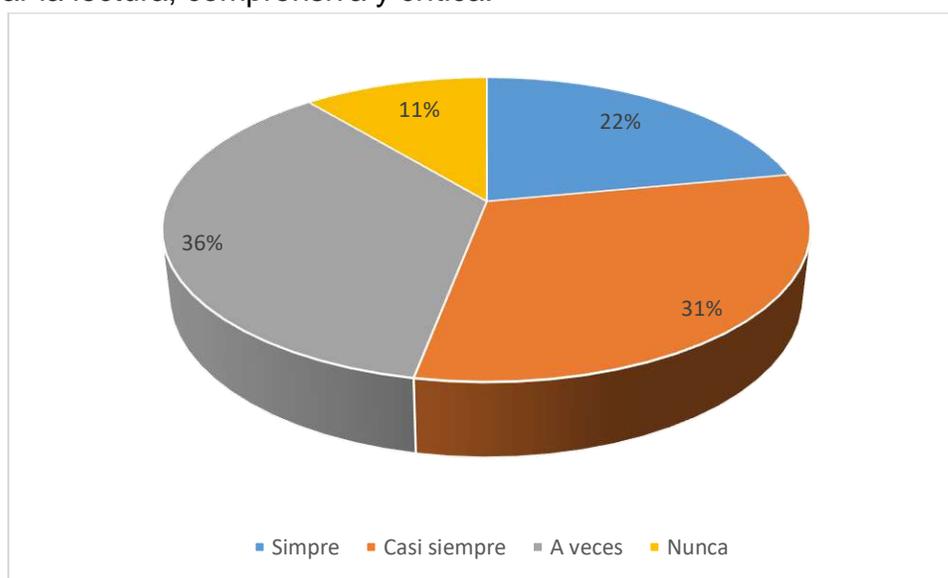


Gráfico 5. Medios creativos para fortalecer la lectura

Para el 32% de los encuestados el teatro es un mecanismo o medio creativo para incentivar la lectura creativa, en este sentido ellos consideran que al representar lo leído y la tener en muchas ocasiones que improvisar se fomenta la lectura crítica, también estos consideran en un 27% que el cine es otro de los medio que fomentan la lectura crítica es decir motiva a la lectura y luego esta se visualiza para sacar su conclusiones, consideran que este medio es válido siempre que haya la respectiva retroalimentación; seguido de esto con un 24% consideran que la música escrita y replicada fortalece la lectura crítica con procesos de interiorización de la letra que permita sacar conclusiones de estas. Otros medios están el socio-drama, pintura entre otros.

En paralelo a esto se consultó si la tecnología como herramienta de trabajo fortalece la lectura comprensiva y crítica, en el aprovechamiento de espacios adecuados para potenciar la lectura, comprensiva y crítica.



El director de la Unidad de Admisión y Registro, manifestó que los estudiantes que vienen de las Unidades Educativas de los centros secundarios vienen con deficiencias que se denotan al entrar a la universidad, por lo que desprende y en su criterio que los educandos vienen con falencias desde la primaria y secundaria, esto provoca que el nivel de rendimiento sea bajo en el proceso académico; en este sentido afirmó que como alternativa para incentivar la lectura en los jóvenes, implica incluso una campaña de concienciación que debe ir desde los hogares, donde los padres induzcan a la lectura con el ejemplo, y que en los centros educativos básicos sea ese espacio donde se pueda aprender con sentido de pertinencia, que se potencia en el proceso enseñanza-aprendizaje en las unidades de aprendizaje de cada docente.

CONCLUSIONES

- Existe poco incentivo por la lectura a nivel primario y secundario, los docentes de estos centros tienen poca preparación en técnicas y herramientas de motivación para que el estudiante se disponga a leer, siendo el interés el cumplimiento del plan de estudio, dejando a un lado el auto aprendizaje estudiantil y fortalecer el pensamiento crítico.
- Existe en el medio formas con las cuales se puede desarrollar la lectura en los educandos, vinculando a la lectura con textos variados, en esta investigación se propone las expresiones culturales como son la música el teatro y el cine, siendo estos mecanismos un sistema de enseñanza atractivo para ellos para potencializar sus habilidades.

BIBLIOGRAFÍA

Alonso de Santos, José Luis, 1994, *Besos para la Bella Durmiente*, Valladolid: Castilla Ediciones, Colección Campo de Marte.

Bruner, Jerome. *Desarrollo cognitivo y educación*. Madrid: Morata, 1988.

GOODMAN, KENNETH: "El proceso de lectura: consideraciones a través de las lenguas y del desarrollo". Edit. Centro Editorial de América latina. 1982 Bs AS., pp 40 – 58.

LEVITIN, Daniel (2008): *Tu cerebro y la música*. Barcelona, RBA.

Manresa, M.; "Lecturas juveniles: el hábito lector dentro y fuera de las aulas" en *Textos. Didáctica de la Lengua y la Literatura* 51, págs. 44-54.

Margallos, Ana Maria. «El reto de elaborar un corpus para la formación literaria de adolescentes reticentes a la lectura.» revista de didáctica de la lengua i de la literatura, 2012: 22-35.

MORALES, ARMANDO: "Entrenamiento en el uso de estrategias para comprender la lectura" en La Educación Vol. 30 No. 98 OEA, E.U. A. 1985, pp 9.

Padrón, Frank: Más allá de la linterna. Editorial Oriente, Santiago de Cuba, 2001.

Smith, F. (1988) Understanding Reading. Hillsdale, NJ, Erlbaum.

021. EL DESEMPEÑO PROFESIONAL RETOS DE LA CONTEMPORANEIDAD.

Autores:

Dr. C. María Leonor Parrales Poveda

marialeonor_72@hotmail.com

Docente titular

Ing. Diego Renato Sornoza Parrales

dsornoza@gmail.com

Docente titular

Jaime Onorio Miller Zavala

jmillerzavala@yahoo.es

Docente titular

Universidad Estatal del Sur de Manabí

Edison Gracia Panta

edigrapa@hotmail.com

Docente titular

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

RESUMEN

Se presenta una concepción integradora para desarrollar el desempeño profesional en las diferentes esferas de actuación de los profesionales desde una perspectiva científica por su gran complejidad y dificultad intrínseca, así como por los métodos, procedimientos y técnicas que se precisan manejar en la búsqueda de información y en el análisis de sus relaciones esenciales. La misma parte de reconocer las experiencias vivenciales en aras de ofertar una educación para la vida hacia una práctica contemporánea asociada al desarrollo de la gestión educativa y la ética profesional. Reconoce, además, el logro de la calidad educativa las que en su conjunto, permiten dar direccionalidad a la actuación de los profesionales para implicarse en la solución de los problemas de la vida y conformar una visión renovada de la gestión de la calidad de la educación desde una alternativa humanista. La experiencia se enfoca desde el compromiso de todos los actores sociales como componentes activos para asegurar el progreso social y tecnológico asegurando la sostenibilidad social, económica, ambiental y cultural.

Los principales resultados han logrado impacto en la práctica educativa desde su introducción y generalización de resultados científicos. Se cuenta con una experiencia acumulada en la investigación así como la aceptación de la comunidad científica que ha valorado los resultados investigativos desde su presentación en numerosos eventos, actividades científicas, talleres de socialización, tesis de maestrías, doctorados, y diversas publicaciones en revistas indexadas.

Palabras claves: Desempeño profesional, calidad educativa, gestión educativa y la ética profesional.

INTRODUCCIÓN

La producción y socialización del conocimiento se ha convertido hoy, en una actividad estratégica dentro de muchas sociedades. En esta perspectiva la creciente influencia de los resultados de la ciencia en su interacción recíproca con la tecnología y el cambiante ritmo de las exigencias sociales que impactan en el mundo del trabajo, aceleran la necesidad de que los recursos humanos docentes que laboran en la esfera educativa, requieren de una transformación para asumir nuevas demandas de formación, aprendizaje y socialización orientadas a lograr mejores resultados.

Se ha tratado de rescatar el papel protagónico de la universidad dentro de la comunidad, para lograr una mayor gestión por parte de ésta, que implica visión de futuro; o sea una proyección de la dirección en el sentido más amplio que se traduce en una institución abierta, dinámica, que pueda solucionar sus propios problemas. En este sentido la UNESCO, (1998) ha rediseñado su papel y plantea: educación para todos con calidad, espacio de democratización y participación social, organización escolar flexible, acorde con el entorno, conformar su propio proyecto educativo, desarrollar capacidad para la gestión pedagógica, combinar el uso de los recursos en función del proyecto educativo, rendir cuentas a la comunidad y democratizar las relaciones.

Alcanzar estas exigencias requiere de transformaciones y aplicación de estilos de dirección para garantizar el comportamiento profesional de los docentes que apunten a un mejoramiento efectivo de su desempeño profesional y enfrentar el reto por la calidad de la educación, y crear mejores condiciones en la formación técnica y cultural de los profesionales en formación.

Además, organizaciones como el Consejo de Europa; la Organización Internacional del Trabajo (O.I.T.); la Organización de Estados Iberoamericanos para la educación, la ciencia y la tecnología, CINTERFOR(Centro Interamericano sobre Formación Profesional) promueven estudios sobre el tema, todo lo cual demuestra que se ha elevado la atención en los asuntos sobre la práctica educativa, y el papel del maestro.

Asociando la formación de profesores y el desarrollo profesional, espacios recurrentes en investigaciones, experiencias, programas y en la literatura vinculada con la educación; no basta ya con reforzar los conocimientos del profesor; hay que suministrarle también un conjunto de capacidades, competencias, destrezas, habilidades y actitudes, que le permitan asumir el papel de guía de ese proceso interactivo que constituye hoy la enseñanza y el aprendizaje.

La creciente apertura de mercados y desarrollo tecnológico mundial, demanda nuevas formas de organización del trabajo, caracterizado, por la versatilidad y enriquecimiento de las tareas, la polivalencia de la mano de obra, el trabajo en equipo, la participación en la toma de decisiones, entre otras, lo que provoca cambios fundamentales en los sistemas de formación y capacitación de trabajadores.

Al respecto, resulta cada vez mayor la importancia y prioridad que en el contexto del sistema educativo, se le asigna al logro de un mejoramiento del desempeño pedagógico profesional que posibilite potenciar la capacidad de producir la respuesta deseada en la labor del personal docente que sistemáticamente enriquecen la composición cuantitativa y cualitativa de la clase profesional, técnica y obrera, formando parte activa de su desarrollo científico técnico, productivo y social.

En tal sentido se presenta una concepción integradora para desarrollar el desempeño profesional, la que toma en consideración la profundización en la atención a la diversidad e integridad del desempeño de los docentes desde la exploración y problematización del proceso profesional para construir, sistematizar y resignificar nuevos espacios para el diseño de propuestas de mejoramiento desde variadas posiciones teóricas y experiencias prácticas.

A tenor con lo anterior el **objetivo fundamental** del trabajo radica en analizar la concepción integradora para el perfeccionamiento del desempeño profesional en las diferentes esferas de actuación, para favorecer las estrategias de dirección, para la formación de profesionales para la dinámica y evaluación de la educación profesional, tecnológica y para el trabajo, a través de la investigación científica educacional.

DESARROLLO

El desarrollo del desempeño profesional parte de reconocer tres categorías desde la concepción de Ciencia, Tecnología y Técnica por considerar que tienen una dimensión fuertemente social. Su reconocimiento esta dado en los fines y funciones de cada una de ellas en la sociedad, por el valor intrínseco que contiene la propia manifestación de dichos procesos en el desarrollo científico tecnológico y por el impacto que representan para el desarrollo de la sociedad moderna, en particular en los profesionales de la Educación como una necesidad social.

Su manifestación en el desempeño profesional está dada, no sólo, como transmisión y acumulación de conocimientos científicos y tecnológicos, sino como actividad de carácter social, que permite mejorar la comprensión de la enseñanza de la ciencia en la formación de profesionales.

Para lograr un desempeño profesional se requiere de la unidad de lo cognitivo y afectivo y la unidad de la actividad y la comunicación para el mejoramiento del desempeño de este personal docente, el tratamiento a las diferencias individuales de los participantes y a las del contexto socioeconómico donde se desarrolla, partiendo de los elementos a caracterizar en el componente diagnóstico, así como el reconocimiento de las experiencias previas de los mismos en las alternativas de superación.

Los materiales y métodos utilizados en la investigación que se presenta se enfocan desde el análisis, la síntesis, inducción, deducción, el análisis documental, la modelación y el sistémico estructural funcional, los que permitieron elaborar la concepción integradora para desarrollar el desempeño profesional en las diferentes esferas de actuación. Para ello, se redefine y se propone que ofrecen una nueva mirada a este campo.

El papel de la actividad en el mejoramiento del desempeño pedagógico profesional de los profesores y su relación con la comunicación como factor indispensable en la interacción de los sujetos entre sí y con el entorno social, permiten la transformación de estos.

Por tanto, para comprender cómo se manifiesta el proceso de mejoramiento del desempeño profesional, es necesario analizar los planteamientos, acerca del proceso de profesionalización y el proceso pedagógico profesional, así como de las posiciones acerca de las competencias profesionales (Parrales, 2013), que permitan asumir los fundamentos y posiciones de estudio.

La profesionalidad debe entenderse como el conjunto de competencias que con una organización y funcionamiento sistémico hacen posible la conjugación armónica entre el “saber”, “saber hacer” y “saber ser” en el sujeto, manifestado en la ejecución de sus tareas con gran atención, cuidado, exactitud, rapidez y un alto grado de motivación; que se fundamenta en el empleo de los principios, métodos, formas, tecnologías y medios que corresponden en cada caso, sobre la base de una elevada preparación (incluyendo la experiencia) y que puede ser evaluada a través del desempeño profesional, y en sus resultados. (Valiente, 2013)

La profesionalización se expresa a través de tres dimensiones, la dimensión pedagógica que “comprende la formación e implica el dominio de las técnicas didácticas para la promoción del aprendizaje y determinación de la eficiencia del proceso pedagógico profesional, pues involucra cómo el que enseña domina, cómo hacerlo y la habilidad pedagógica de comunicarse”; la dimensión técnica y profesional que “tiene en cuenta el contenido técnico y profesional y la experiencia en la profesión en que se enseña e implica el dominio del saber que se pretende enseñar y que es fundamental a la hora de enseñarlo” y la dimensión humana que “se dirige al aspecto del hombre, que no solo aspire como profesional al dominio consciente del aprender, con dominio de su especialidad y la pedagogía, sino que sienta amor por la obra que salga de sus manos; es decir, por lo que está formando: las nuevas generaciones; lo que exige un núcleo básico de competencias que conforman tanto lo cognoscitivo como afectivo”.

Partiendo de los referentes antes señalados, se reconoce que las manifestaciones de las dimensiones del proceso de profesionalización se sintetizan en los siguientes elementos:

- ✓ Dominio del proceso investigativo como elemento transformador de la práctica educativa y de su mejoramiento profesional.
- ✓ Portador de una cultura general integral a partir del comprometimiento con la política e ideología de nuestro país y por ende del sistema educativo.
- ✓ Compromiso con la labor y el papel que desempeña en la sociedad.

Estos elementos se evidencian en el desempeño profesional de los profesores, a través de las competencias profesionales.

En el documento emitido por el Proyecto Regional de Educación para América Latina y el Caribe, se analiza... “que para lograr la transformación de los procesos pedagógicos, no es posible alcanzarlo sin el concurso de los directivos y docentes con alto nivel de profesionalidad. No hay educación exitosa sin escuelas eficaces que involucren a la comunidad y estas no son una realidad sin directivos capaces de liderar la comunidad educativa y generar un clima propicio de aprendizaje”.

Se considera que no siempre la profesionalidad significa que la persona sea competente totalmente en su desempeño, pues esta se adquiere, evoluciona, se desarrolla y aplica durante el proceso de la propia actividad.

Dentro de este proceso de profesionalización se desarrollan los desempeños profesionales que son necesarios para un profesional que demande una alta competitividad.

Para que un profesional; se considere competente, no basta con lograr un desempeño eficiente, sino que es necesario además que actúe con compromiso y responda por las consecuencias de las decisiones tomadas”, planteando que esto es posible, ya que la competencia profesional “integra en su estructura y funcionamiento elementos de orden cognitivo y motivacional que se expresan como una unidad reguladora en la actuación profesional”.

La Educación Avanzada define desempeño profesional como: "Capacidad de un individuo para efectuar acciones, deberes y obligaciones propias de su puesto de trabajo. Se expresa en el comportamiento o la conducta real del trabajador en relación con otras tareas a cumplir, durante el ejercicio de su profesión. Este término designa lo que el profesional en realidad hace y no sólo lo que sabe hacer".

El comportamiento de las personas se orienta hacia la satisfacción de las necesidades personales y hacia el alcance de sus objetivos y aspiraciones. En general, es determinado por las prácticas organizacionales, y por el comportamiento proactivo (orientado hacia objetivos personales) y cognoscitivamente activo, puede ser analizado en función de planes comportamentales que escoge, desarrolla y ejecuta para manejar los estímulos con que se enfrenta y para alcanzar los objetivos personales.

- ✓ La experiencia del individuo con su ambiente es un proceso activo, porque selecciona los datos de los diferentes aspectos del ambiente, los evalúa en función de sus experiencias pasadas y de sus necesidades y valores.
- ✓ Las diferencias individuales hacen que las personas varíen considerablemente en su comportamiento, su capacidad de respuesta es influida entre otros aspectos por sus aptitudes y el aprendizaje adquirido.
- ✓ Puede responder a muchos tipos de estrategias directivas y esto depende de sus motivaciones, capacidades y de la naturaleza de la tarea que realiza, en general la estrategia no favorece a todas las personas en todos los momentos.

De los análisis realizados se pudo constatar que en el último decenio los sistemas educativos latinoamericanos han privilegiado a la variable “desempeño profesional como muy influyente y determinante para el logro del salto cualitativo de la gestión escolar y actualmente se aprecia un cierto consenso en la idea de que el fracaso o el éxito de todo sistema educativo depende fundamentalmente de la calidad del desempeño de sus docentes y dirigentes.

El Proceso Profesional, como todo aquel en que interviene la actividad humana, presenta determinadas características propias, como son:

- ✓ Se da mediante la secuencia lógica de pasos con el objeto de resolver un problema.
- ✓ El que lo realiza debe ser un profesional competente para ello.
- ✓ Responde a una determinada demanda social.
- ✓ El proceso es regulado durante su ejecución.
- ✓ Su resultado es un producto que puede ser tangible o intangible.
- ✓ Requiere la utilización de recursos humanos y materiales.

El termino desempeño profesional está dirigido a la capacidad de un individuo para efectuar acciones, deberes y obligaciones propias de su cargo o funciones

profesionales que exige un puesto de trabajo. Esta se expresa en el comportamiento o conducta real del trabajador en relación con otras tareas a cumplir durante el ejercicio de su profesión, para el cumplimiento de sus funciones, acciones y papeles propios de la actividad pedagógica, para el logro del mejoramiento profesional, institucional y social, evidenciado en su preparación para la transformación y producción de nuevos conocimientos y valores y la plena satisfacción individual al ejecutar las tareas con gran: atención, cuidado, exactitud y rapidez.

Todo lo señalado permite un acercamiento a la conceptualización de desempeño profesional como: Capacidad de un individuo para el cumplimiento de sus funciones, acciones y papeles propios de la actividad pedagógica profesional, el logro de un mejoramiento profesional, institucional y social, evidenciado en su competencia para la transformación y producción de nuevos conocimientos y valores y la plena satisfacción individual al ejecutar sus tareas con gran: cuidado, precisión, exactitud, profundidad, calidad y rapidez.

Los análisis anteriores permiten definir que el desempeño profesional, es la expresión de las competencias de un profesional a partir de las exigencias actuales del mundo laboral contemporáneo en función del desarrollo de la ciencia, la tecnología, el arte y el trabajo, teniendo como base la actuación del profesional desde la formación de sus habilidades, conocimientos, valores y aptitudes formadas en él que emplea en cada actividad que realiza llegando a las aportaciones necesarias para mejorar el desarrollo humano.

En los últimos años el tema sobre desempeño profesional como elemento dinamizador de las actividades que tratan de buscar la capacidad práctica, el saber y las actitudes necesarias para desenvolverse en el trabajo de una ocupación o grupo de ocupaciones en cualquier rama de la actividad económica, ha matizado como enfoque a un número cada vez más creciente de cambios en los sistemas de formación de trabajadores "...donde se trata de lograr una diversa utilización de medios y formas de enseñanza para que el aprendiz o trabajador adquiriera la capacidad necesaria para el trabajo con la precisión de tres componentes:

- ✓ Los conocimientos adquiridos que por sí solos no garantizan que el trabajador se desempeñe eficientemente, pero que requieren una constante actualización.
- ✓ Saberes prácticos; los cuales demandan la adquisición de habilidades, capacidades, destrezas y procedimientos para ejecutar actividades donde se utilicen entre otros, instrumentos, técnicas, tecnologías y así mejorar la calidad de su desempeño.
- ✓ Las actitudes, muchas veces delegadas a un segundo plano y que promueven de forma integral, los intereses, las motivaciones y valores; lo cual en infinidad de ocasiones.

Trabajar por lograr un adecuado desempeño profesional exige, una integración de estos componentes para lograr la necesaria efectividad del mismo.

En este enfoque la atención está centrada en la dimensión humana de la dirección, en particular en los aspectos relativos a la motivación y la satisfacción del individuo para lograr un mejoramiento del desempeño profesional basado en el desarrollo de las personas en la organización, donde las aspiraciones institucionales converjan dialécticamente con los intereses individuales, a través de una más amplia implicación y participación de los mismos en los diferentes procesos que se desarrollan en la institución.

Como categoría principal en el mejoramiento del desempeño profesional, necesariamente asume que el hombre está integrado por una diversidad de componentes que han recibido denominaciones diferentes.

Componente diagnóstico- explicativo, parte de reconocer el problema de que existen contradicciones en el desempeño profesional, de los cuales no se tiene explicación de su situación, planteándose como objetivo lograr explicar las causas, barreras y/o factores que limitan el mejoramiento de las competencias de esos recursos humanos y se define como objeto; el proceso de determinación de problemas.

Componente estrategias de solución: Presenta como problema la necesidad de que las acciones que se diseñen sigan los cambios de la realidad y mantengan la vigencia del cálculo realizado, reconociendo como objetivo; identificar los momentos de una propuesta de alternativas de solución donde se atienda la diversidad de los problemas del desempeño profesional y donde el tiempo para alcanzar los propósitos deseados es el recurso más escaso y preciado teniendo en cuenta su complejidad dialéctica y la dinámica del proceso de planificación.

Componente táctico- operacional, donde el proceso de planificación del desempeño profesional tiene el problema asociado a la necesidad de que la planificación se conciba como una reflexión sobre las metas y propósitos requeridos, como mediación entre el conocimiento que se logra y la acción que vamos a emprender con profundidad, alcance y sistematicidad

Componente evaluación del desempeño, asume como problema la necesidad de sistematizar la precisión de juicios de valor sobre el nivel de los cambios operados en los sujetos implicados y como objetivo evaluar el mejoramiento del desempeño profesional, a través de los indicadores establecidos, así, como la confiabilidad de su registro y control en correspondencia con la legislación establecida, y se define como objeto; el proceso de evaluación del desempeño profesional.

La realidad en que se desarrolla el proceso profesional es multidimensional, donde compiten y coexisten momentos pedagógicos, políticos, económicos, cognoscitivos, psicológicos, culturales y tecnológicos, donde participan los sujetos implicados en el proceso, por lo que para su mejoramiento se requieren planes de acción con resultados que asuman la variabilidad de las circunstancias y en su planificación se involucre el que dirige y de forma individual y colectiva a todos los implicados.

Para desarrollar el desempeño profesional se requiere el análisis de los principios para el mejoramiento del desempeño profesional, los que se destacan:

- ✓ Principio de la relación entre la pertinencia social, los objetivos, la motivación y la comunicación.
- ✓ Principio de la condicionalidad entre la formación básica, del pregrado y la especializada.
- ✓ Principio del vínculo entre la racionalidad, la creatividad y la calidad del resultado.

- ✓ Principio del carácter científico del contenido, la investigación e independencia cognoscitiva y la producción de nuevos conocimientos y valores.
- ✓ Principio de la relación de la teoría, la práctica y la formación de valores.

1. Las esferas de análisis del desempeño profesional están dirigidas a:

- ✓ Paradigma culturalista: Considera buen profesional aquel que trasmite de forma adecuada conocimientos previamente adquiridos durante su formación teórica práctica.
- ✓ Paradigma psicologista: El buen profesional es aquel que se convierte en orientador del aprendizaje de los alumnos.
- ✓ Paradigma sociologista: El buen profesional ha de integrarse tanto en las diversas esferas de actuación, como en la realidad social que le rodea.
- ✓ Paradigma técnico: El buen profesional es un ejecutor de destrezas y competencias para solucionar problemas que acontecen diariamente, basándose en la aplicación de técnicas y teorías científicas.
- ✓ Paradigma técnico crítico: El buen profesional se compone de cualidades, aptitudes determinadas por su profesión.

Las cualidades que deben poseer los profesionales para lograr un buen desempeño están enfocadas en:

- ✓ Capacidad de lograr que otras personas trabajen con efectividad.
- ✓ Capacidad de tomar decisiones, a la luz de los hechos y con la urgencia del factor tiempo.
- ✓ La aceptación de responsabilidades.
- ✓ La capacidad de comprender los procesos que tienen lugar en la sociedad y actuar en correspondencia con los mismos.

El éxito también está en poseer cualidades como el carisma y la posibilidad de proyectar el trabajo hacia el futuro con visión prospectiva.

Las dimensiones compartidas con otras profesiones en aras de garantizar el desempeño profesional son:

Dimensión reflexiva: El profesional afirma su identidad profesional en el trabajo cotidiano. Reflexiona en y desde su práctica social. Delibera, toma decisiones, se apropia críticamente de diversos saberes y desarrolla diferentes habilidades para asegurar el aprendizaje de sus estudiantes de diferentes niveles. La autorreflexión y la continua revisión de sus prácticas de enseñanza constituyen el recurso básico de su labor.

En la práctica docente, el manejo de saberes pedagógicos y disciplinares, y el conocimiento de las características de los estudiantes y su contexto, implican una reflexión sistemática sobre los procesos y fines de la enseñanza. En tanto tiene como sustento, como ya se indicó, el saber derivado de la reflexión sobre su propia práctica y sus antecedentes, este saber articula los conocimientos disciplinares, curriculares y profesionales, y constituye el fundamento de su competencia profesional. En la medida en que el saber profesional es práctico, dinámico y sincrético, su trabajo resulta complejo y especializado.

La experiencia técnica, el saber disciplinar y las habilidades propias de la enseñanza conforman un repertorio de conocimientos y saberes que el docente construye y renueva socialmente. Sus fuentes, múltiples y diversas, abarcan desde su trayectoria personal y profesional hasta su actual desempeño profesional. Esta práctica reflexiva demanda una toma de conciencia crítica personal y grupal que derive en compromisos de transformación de las relaciones sociales, que se desarrollan principalmente en una organización y se inscriben en un contexto institucional, social y cultural caracterizado por la diversidad.

Dimensión relacional: La profesionalización es esencialmente una relación entre personas que concurren a un proceso de aprendizaje, planificado, dirigido y evaluado por los profesionales de la enseñanza. En este proceso se construyen vínculos cognitivos, afectivos y sociales que hacen de la docencia una actividad profesional de carácter subjetivo, ético y cultural.

Desde esta perspectiva, la enseñanza se configura mediante interacciones concretas e incluye el desarrollo de procesos afectivos y emocionales, de tolerancia y flexibilidad.

Dimensión colegiada: El profesional desarrolla esencialmente su labor dentro de una organización cuya finalidad es asegurar a sus principales beneficiarios. Su práctica profesional es social porque posibilita el trabajo colectivo y la reflexión sistemática sobre las características. Su labor individual adquiere mayor sentido cuando contribuye al propósito y a los objetivos de la institución a la que pertenece.

Dimensión ética: Se manifiesta principalmente en el compromiso y la responsabilidad moral con cada uno de los estudiantes, sus aprendizajes y su formación humana. En ese contexto, se expresa también en el reconocimiento y respeto de las diferencias y en la elección de los medios empleados.

El fundamento ético de la profesión exige idoneidad profesional, comportamiento moral y la búsqueda sistemática de medios y estrategias que promuevan el aprendizaje de cada uno de los estudiantes.

En la definición de desempeño identificamos tres condiciones: actuación observable en correspondencia a una responsabilidad y logro de determinados resultados.

1. Actuación: Comportamiento observable, que puede ser descrito y/o medido.
2. Responsabilidad: Referencia a las funciones generales de la profesión.
3. Resultados: Referencia a la determinación de logros generales y específicos comprometidos en la actuación.

Todos los aspectos abordados permiten identificar qué desempeños son las actuaciones observables de la persona que pueden ser descritas y evaluadas y que expresan su competencia. Se asume que la manera de ejecutar dichas tareas revela la competencia de base de la persona.

Algunos ejemplos de desempeños son:

- ✓ Desempeño 1. Evidencia conocimientos actualizados y comprensión de los conceptos fundamentales de las disciplinas comprendidas en el área curricular que enseña o de su profesión específicamente.

- ✓ Desempeño 2. Demuestra conocimiento actualizado y comprensión de las teorías y prácticas pedagógicas y de la didáctica de las áreas que enseña y de su profesión.
- ✓ Desempeño 3. Contextualiza el diseño de la enseñanza sobre la base del reconocimiento de los intereses, nivel de desarrollo, estilos de aprendizaje e identidad cultural de sus estudiantes.
- ✓ Desempeño 4. Diseña la evaluación de manera sistemática, permanente, formativa y diferencial en concordancia con los aprendizajes esperados.
- ✓ Desempeño 5. Promueve un ambiente acogedor de la diversidad, en el que ésta se exprese y sea valorada como fortaleza y oportunidad para el logro de aprendizajes.
- ✓ Desempeño 6. Utiliza recursos y tecnologías diversas y accesibles, y el tiempo requerido en función del propósito de la sesión de aprendizaje.
- ✓ Desempeño 7. Actúa de acuerdo con los principios de la ética profesional docente y resuelve dilemas prácticos y normativos de la vida escolar con base en ellos.
- ✓ Desempeño 8. Actúa y toma decisiones respetando los derechos humanos y el principio del bien superior del niño, el adolescente y el adulto.

Al definir los criterios de desempeño se alude al resultado esperado con el elemento de competencia y a un enunciado evaluativo de la calidad que ese resultado debe presentar. Se puede afirmar que los criterios de desempeño son una descripción de los requisitos de calidad para el resultado obtenido en el desempeño laboral; permiten establecer si el trabajador o profesional alcanzan o no el resultado descrito en el elemento de competencia.

Los criterios deben referirse en lo posible a los aspectos esenciales de la competencia. Deben por tanto, expresar las características de los resultados, altamente relacionadas y significativas con el logro descrito en el elemento de competencia. Son la base para que un evaluador juzgue si un trabajador es o aún no, competente; de este modo sustentan la elaboración del material de evaluación. Permiten precisar acerca de lo que se hizo y la calidad con que fue realizado.

La investigación se llevó a la práctica desde un proceso de inserción de los resultados investigativos para el alcance de sus propósitos mediante la conducción de acciones para su concreción a los diferentes contextos con el propósito de elevar la eficiencia, eficacia, calidad y competitividad de los trabajadores y profesionales.

En la constatación en la práctica se realizó a través sistematización de la actividad científica y la práctica pedagógica. La metodología utilizada se enfocó desde la fase interactiva y de sistematización como experiencia para la introducción y generalización, la que permitió estudiar la realidad tal cual es, con todos sus matices y complejidad, el desempeño profesional de los agentes involucrados, se pudo construir-reconstruir críticamente el conocimiento de la realidad vivida, se realizó un primer intento de teorizar la práctica profesional en diferentes contextos, reflexión crítica, aprendizaje y participación de los integrantes en el contexto en que se realiza y que pone en orden elementos y percepciones. Contribuye al perfeccionamiento continuo del proceso, en tanto se aprende a partir de los cambios.

El objetivo fundamental de la metodología aplicada fue analizar la factibilidad de la experiencia para estructurar y organizar dicho proceso, a través de la ejecución de

actividades específica de la fase interactiva para perfeccionar el desempeño profesional.

Los principales resultados de impacto son:

- ✓ Constatación del logro del objetivo y comprensión e interpretación de las tareas, funciones, responsabilidades y sus resultados.
- ✓ Relación entre el diseño del proceso del desempeño profesional, su desarrollo y sus resultados.
- ✓ Implicación de los sujetos en las tareas, funciones, deberes y actividades laborales e instrumentos que se utilizan para ajustar la actuación en el proceso.
- ✓ Correspondencia entre los resultados y las expectativas educativas.
- ✓ Utilización de las potencialidades del entorno en las tareas, funciones, deberes y actividades laborales y/o profesionales.
- ✓ Capacidad para percibir y comprender los problemas que se manifiestan en los contextos de actuación.
- ✓ Compromiso, sentido del deber, esfuerzo ante el cumplimiento de las funciones, deberes, actividades laborales y responsabilidades que en un proyecto se asigne y capacidad de emplear los recursos personales en la realización de las tareas, funciones, deberes que se le asignan en la actividad laboral y/o profesional.
- ✓ Capacidad de adaptación a las circunstancias, los tiempos y las personas y solidaridad con los demás para compartir sus ideas, sus conocimientos, sus resultados.
- ✓ Laboriosidad ante las tareas, funciones, deberes y actividades laborales y capacidad de generar ideas para solucionar los problemas laborales y/o profesionales.
- ✓ Capacidad para elegir su lugar en el proceso social de producción.

CONCLUSIONES

1. El desempeño profesional se debe concebir desde todas las aristas del currículo formativo de ahí que la concepción integradora que se propone contribuye al enriquecimiento de la teoría científica mediante las relaciones que se producen entre la apropiación del contenido integrado y las influencias educativas del currículo general mediado por el procedimiento instructivo, educativo y desarrollador que constituye la vía principal para aplicarlo de forma práctica.
2. El desempeño profesional dado su carácter flexible e integrador propicia la apropiación de conocimientos en un proceso de transformación profesional.

Bibliografía

1. Achilli, E. (2002). *Investigación y formación docente. Interrogantes sobre la educación pública*. Rosario, Argentina: Laborde Editor. Recuperado el 07 de abril de 2013, http://www.publicacionesemv.com.ar/_paginas/archivos_texto/115.pdf

2. Alfonso, A. (2005). *Proyectos Investigativos Preprofesionales (PIP), una vía para el desarrollo del trabajo científico investigativo de los estudiantes de las carreras pedagógicas*. Tesis en Opción al Título Académico de Master en Ciencias de la Educación. Instituto Superior Pedagógico de Sancti Spíritus. Cuba.
3. Alfonso, L. (2005). *Líneas de investigación y desarrollo tecnológico*. Madrid: Universidad Complutense.
4. Alpízar, R.; Arrechavaleta, N.; Baute, L. y Valdés, O. (2009). La formación y desarrollo de los directivos académicos en las instituciones de educación superior cubanas. *Revista Universidad y Sociedad*, 1(2), 6-9. Universidad "Carlos Rafael Rodríguez". Cienfuegos. Recuperado el 26 de febrero de 2013, de <http://www.ucf.edu.cu>
5. Armstrong, T. (1999). *Las inteligencias múltiples en el aula*. Buenos Aires: Manantial.
6. Arocena, R., y Sutz, J. (2001). La transformación de la universidad latinoamericana mirada desde una perspectiva CTS. En J. López y J. Sánchez, *Ciencia, tecnología, sociedad y cultura en el cambio de siglo* (págs. 173-190). Madrid: Biblioteca Nueva.
7. Arredondo, M. (1989). *Notas para un modelo de docencia. Formación pedagógica de profesores universitarios. Teoría y experiencias en México*. México: ANUIES-UNAM CESU.
8. Arteaga, J. (2015). *Un modelo pedagógico para el perfeccionamiento de la carrera de Ingeniería en Sistemas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí*. Seminario Internacional de Pedagogía. Universidad Técnica de Manabí. Ecuador.
9. Arthur, B. (2009). *The Nature of Technology: What it is and How it Evolves*. New York: Free Press Simon & Schuster.
10. Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). *Ley Orgánica de la Educación Superior*. Ecuador:
11. Ávalos, B. (2002). La formación docente continua, discusiones y consensos. *Revista electrónica Diálogos educativos*, Año 2, (4), 15-18. Recuperado el 27 de febrero de 2013, de http://www.umce.cl/~dialogos/n04_2002/avalos.swf
12. Barbier, J. M. (1993). *La evaluación de los procesos de formación*. Temas de educación. Madrid. (Documento en soporte digital).
13. Barreras, M. (2004). *La educación holística*. Caracas: Nuevas Letras.
14. Bermejo, J. (2005). *Narrativa Audiovisual. Investigación y Aplicaciones*. Madrid: Pirámide.
15. Bondarenko, N. (2009). El componente investigativo y la formación docente en Venezuela. *Revista Estudios Pedagógicos*, XXXV (1), 253-260. Recuperado el 27 de agosto de 2012, de <http://www.scielo.cl/scielo>
16. Briones, L. (2012). *Los procesos de formación investigativa para la preparación profesional de los estudiantes de medicina en la Universidad Católica de Guayaquil*. Tesis en opción al Grado de Master en Educación Superior. Universidad de Guayaquil. Ecuador. Recuperado el 27 de agosto de 2016, de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/1883>

17. Cabrera, J. A. (2003). *Seguimiento y evaluación de la capacitación y su impacto en el desempeño individual y organizacional*. Universidad Estatal de Lima. Perú. (Documento en soporte digital).
18. Cámara, Á. (s/f). Las teorías del aprendizaje: ámbito de actuación pedagógica. En *Teorías del aprendizaje y bases metodológicas en la formación* (págs. 4-33). Madrid: FUNIBER.
19. Cano, R. y Revuelta, C. (1999). La formación permanente del profesorado universitario. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, (63), 10-12. España: AUFOP. Recuperado el 10 de marzo de 2013, de <http://www.uva.es/aufop/publica/revelfop/99-v2n1.htm>
20. Carpio, A. (2005). *Política Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación*. Quito, Ecuador: SENESCYT.
21. Castellanos, R. y Ríos, M. (2010). La formación docente desde la perspectiva de profesores y directivos. *Revista Iberoamericana de Educación*, (52/5), 23-29. Recuperado el 3 de febrero de 2013, de <http://www.rieoei.org/deloslectores/3357Castellanos.pdf>
22. CEAACES. (2009). *Evaluación de desempeño institucional de las universidades y escuelas politécnicas del Ecuador*. Mandato Constituyente No. 104 Ecuador. Recuperado el 7 de junio de 2013, de http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2014/02/informe_final_universidades_m141.pdf
23. CEAACES. (2014). *Estructura de presentación para los proyectos de rediseño de la oferta académica vigente y nuevas ofertas a nivel de grado*. Recuperado el 20 de octubre de 2014, de <http://www.ces.gob.ec/gaceta-oficial/reglamentos>
24. CEAACES. (2015). *Modelo genérico de evaluación del entorno de aprendizaje de carreras presenciales y semipresenciales de las universidades y escuelas politécnicas del Ecuador*. Recuperado el 25 de abril de 2015, de <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/modelo-generico-de-carreras-presenciales-y-semipresenciales/Documento>
25. CEAACES. (2015). *Reglamento de Armonización de la Nomenclatura de Títulos Profesionales y Grados Académicos que confieren las Instituciones de Educación Superior del Ecuador*. Recuperado el 15 de julio de 2015, de <http://www.ces.gob.ec/gaceta-oficial/reglamentos>
26. CEAACES. (2015). *Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior del Ecuador*. Recuperado el 22 de octubre de 2015, de <http://www.ces.gob.ec/gaceta-oficial/reglamentos>
27. CEAACES. (2015). *Reglamento de Régimen Académico de la Educación Superior del Ecuador*. Recuperado el 22 de octubre de 2015, de <http://www.ces.gob.ec/gaceta-oficial/reglamentos>
28. Cenich, G. (2009). *Diseño de propuestas de e-formación colaborativa: Un modelo desde la perspectiva de la teoría de la actividad*. Universidad Nacional de La Plata. Recuperado el 30 de enero de 2013, de [http://postgrado.info.unlp.edu.ar/Carreras/Magisters/Tecnologia Informatica Aplicada en Educacion/Tesis/Cenich Gabriela.pdf](http://postgrado.info.unlp.edu.ar/Carreras/Magisters/Tecnologia%20Informatica%20Aplicada%20en%20Educacion/Tesis/Cenich%20Gabriela.pdf)
29. Chirino, M. V. (2002). *Perfeccionamiento de la formación inicial investigativa de los profesionales de la educación*. Tesis en Opción al Grado Científico de Doctor

- en Ciencias Pedagógicas. Instituto Superior Pedagógico “Enrique José Varona”. La Habana, Cuba.
30. Cohen, Manion & Morrison. (2007). *Research methods in education*. New York: Taylor & Francis.
 31. CONEA. (2009). *Evaluación de desempeño institucional de las universidades y escuelas politécnicas del Ecuador*. Recuperado el 26 de enero de 2013, de <http://cei.epn.edu.ec>
 32. Córdova, G. F. (2012). *Evaluación del dominio investigativo de los profesionales en formación doctoral*. Tesis en opción al Grado de Master en Docencia y Gerencia en Educación. Universidad de Guayaquil. Ecuador.
 33. Danvila I. y Sastre M. (2005). *Problemas y propuestas de medición de la formación en la empresa*. Recuperado el 26 de febrero de 2013, de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?Codigo=1444679>
 34. *Declaración mundial sobre la educación superior en el siglo XXI: visión y acción*. Recuperado el 14 de agosto de 2011, de http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm
 35. Echeverría, A. (2011). *TICs en la formación inicial y permanente del profesorado educación especial*. Universidad Complutense. Madrid, España. Recuperado el 13 de enero de 2013, de <http://eprints.ucm.es/12593/1/T32960.pdf>
 36. Eldestein, G. (2004). *La formación docente. Evaluaciones y nuevas prácticas en el debate educativo contemporáneo*. Santa Fe: UNL.
 37. Fabara, E. (2003). *¿Cómo estamos formando a los maestros en América Latina?* Encuentro internacional “El desarrollo profesional de los docentes en América Latina”. Lima, Perú.
 38. Finocchio S. y Legarralde M. (2006). Formación continua en América Latina. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, (15), 6-8. Recuperado el 26 de febrero de 2013, de <http://www.fundacioncepp.org.ar>

022. UN MODELO DE APLICACIÓN DE TIC PARA MEJORAR LA CALIDAD EDUCATIVA EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR: CASO UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.

Autores:

M.Sc. Juan Sánchez Holguín, Ing. Mg.

Ingeniero en Electricidad Especialización Electrónica

Máster en Administración de Empresas

Magíster en Docencia y Gerencia en Educación Superior

juan.sanchezh@ug.edu.ec

Docente Universidad de Guayaquil (Ecuador) Facultad de

Ciencias Matemáticas y Físicas

Carrera de Ingeniería en Sistemas Computacionales

Dr. Mario González Arencibia

mgarencibia@uci.cu

Universidad de Ciencias Informáticas, La Habana, Cuba

Dr. Juan Pedro Febles Rodríguez

febles@uci.cu

Universidad de las Ciencias Informáticas, Cuba

Dra. Dunia Colomé

dcolome@uci.cu

Universidad de las Ciencias Informáticas, Cuba

RESUMEN

La Universidad ecuatoriana está en un proceso de cambios y ajustes, los cuales son liderados por el Gobierno Nacional. El objetivo de dicha política es la de obtener universidades de calidad, ya sean públicas o privadas, que brinden una preparación más adecuada para los actuales momentos. En base a determinados parámetros, las Universidades han sido catalogadas y aquellas Universidades que no puedan subir en categoría serán cerradas de manera definitiva. La Universidad de Guayaquil, la más numerosa del Ecuador, actualmente está catalogada en categoría D y debe subir de categoría en su próxima evaluación. La intención del presente trabajo es exponer como con la ayuda de la tecnología se puede contribuir a incrementar el denominado indicador académico y de esa manera contribuir en la mejora de la categorización de la Universidad de Guayaquil para con ello colaborar en mantener una categoría elevada en futuras evaluaciones y así evitar el impacto social que generaría un eventual cierre de la mencionada Universidad.

Palabras claves: Categorización, Universidad de Guayaquil, Ciencia, Técnica, Tecnología, Sociedad

ABSTRAC

The Ecuadorian University is in a process of changes and adjustments, which are led by the national Government. The objective of this policy is the get quality universities, be they public or private, that provide a more adequate preparation for the present time. Based on certain parameters, the universities have been catalogued and those universities that not can climb in category will be closed of way definitive. The University of Guayaquil, the most numerous of the Ecuador, is currently classified in D category and must upload category in its next assessment. The intention of this paper is to expose how with the help of technology can contribute to increase the so-called academic indicator and thus contribute to the improvement of the categorization of the University of Guayaquil to thereby assist in maintaining a category in future evaluations and avoid the social impact that an eventual closing of the said University.

Key words: categorization, University of Guayaquil, science, technique, technology, society

INTRODUCCIÓN

Las Universidades modernas han evolucionado y muchas de ellas han entrado en procesos de categorización a nivel mundial, esto ha generado la existencia de comparativos basados en ciertos parámetros los cuales deben ser cumplidos para lograr figurar en la lista de las mejores a nivel mundial.

En Latinoamérica, las universidades están inmersas en este proceso de cambio, el mismo debe ser continuo a medida que avanzan los diferentes campos de la ciencia. Estos cambios se han podido evidenciar en las universidades de las principales ciudades como son México, Bogotá, Sao Paulo, Buenos Aires, solo por nombrar unas pocas.

Un logro por destacar es el hecho de que tres universidades del Ecuador fueron incluidas en el ranking de las 200 mejores de América Latina. A pesar de estos logros individuales, la calidad de la educación superior del país aún no está a la altura de la región y menos del mundo ya que al ampliar el referente entre las 700 top del ranking mundial no aparecen universidades ecuatorianas. (Revista Vistazo, 2013)

Entre las Universidades del Ecuador, se encuentra la Universidad de Guayaquil, la cual es la más grande del país. Según información del Centro de Cómputo de dicha universidad al 30 de Junio del 2016, la Universidad de Guayaquil tiene la siguiente cantidad de docentes y estudiantes, cabe mencionar los porcentajes se han trabajado sin decimales solo para facilidad de presentación de los datos:

Tabla 1 Cantidad de Docentes en la Universidad de Guayaquil (30/06/2016)

Fuente: Centro de Cómputo – Universidad de Guayaquil

DOCENTES UG	CANTIDAD	PORCENTAJES
CON NOMBRAMIENTO	1604	54 %
CON CONTRATO	1353	46 %
TOTAL	2957	100 %

Tabla 2 Cantidad de Estudiantes en la Universidad de Guayaquil (30/06/2016)

Fuente: Centro de Cómputo – Universidad de Guayaquil

MODALIDAD	CANTIDAD	PORCENTAJES
PRESENCIAL	53452	97 %
SEMIPRESENCIAL	965	2 %
A DISTANCIA	824	1 %
TOTAL	55241	100 %

Como se puede apreciar, sin contar los cerca de 2000 empleados administrativos y de servicio con que cuenta la institución, la cantidad de personas es equivalente a una pequeña ciudad de nuestro país Ecuador.

Las universidades del Ecuador no pueden ser la excepción al ya mencionado proceso de cambio al cual están sometidas las universidades a nivel mundial. Ante este panorama, el Gobierno Nacional ha tomado las medidas necesarias para erradicar posibles estancamientos de las unidades educativas de tercer nivel.

Algunas de esas medidas han sido la creación y modificación de leyes y reglamentos orientados a la mejora educativa acoplándose a la llamada nueva matriz productiva y plan del buen vivir, así como la creación de Universidades especializadas como la Yachay recientemente inaugurada, el reforzamiento a la investigación científica y la creación de institutos técnicos y tecnológicos superiores en determinadas regiones del Ecuador.

Adicionalmente, como parte de esas medidas tomadas, por parte del ente denominado CONEA (Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación del Ecuador), se ha procedido con rigurosos procesos de evaluación a los centros educativos de tercer nivel, los cuales han permitido en un primer momento (2009) la categorización de las universidades en 5 grandes grupos nominados de la letra A (categoría superior) a la letra E (menor categoría).

Con la creación del CEAACES (Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de Educación Superior) ente que fue creado como sucesor del CONEA, las 14 universidades en categoría E fueron definitivamente cerradas en Abril del año 2012. (CEAACES, 2013)

Un año más tarde, en Abril 2013, por parte del CEAACES, se realizó una nueva revisión de las llamadas extensiones universitarias (campus externos al principal de la universidad). En dicha revisión se determinó que 44 de 86 extensiones universitarias no pasaron las pruebas del CEAACES. Esto implica que más del 51% de las llamadas

extensiones universitarias fueron cerradas de manera definitiva por no cumplir con las normas establecidas por el ente regulador (ver figura 1).

Figura 1 Extensiones Universitarias (SEDES) cerradas (Abril 2013)



Fuente: CEAACES (Abril 2013)

Elaboración: Autor

Pero si analizamos un poco más el resultado de esta revisión, resulta que 23 extensiones (esto es 52.27% de las unidades cerradas) pertenecen a la Universidad de Guayaquil, lo cual es más de la mitad de las extensiones cerradas en abril del 2013 (ver figura 2).

Figura 2 Extensiones Universitarias (SEDES) cerradas Universidad de Guayaquil



Fuente: Diario El Universo 25/04/2013

Elaboración: Autor

La Universidad de Guayaquil ha sido catalogada en Categoría D, la más baja de la actual categorización, y está en la obligación de subir categoría en la siguiente evaluación en Agosto del año 2016. Como parte de este proceso la Universidad de Guayaquil fue intervenida por una Comisión enviada por el CEAACES desde Octubre del 2014 para

justamente ayudar a elevar la categorización de la Universidad de Guayaquil. Todos estos antecedentes nos llevan a presentar los siguientes aspectos a considerar:

Aspecto Social: Tiene que ver con la afectación que se produciría por la pérdida de los puestos de trabajo en caso de un cierre de la Universidad de Guayaquil.

Aspecto Educativo: En este aspecto se tratará lo que podría ocurrir con los estudiantes en un proceso de reubicación en caso de un cierre de la Universidad de Guayaquil.

Aspecto Técnico: El desarrollo de aplicaciones que ayuden a preparar a los estudiantes en sus estudios complementando los conocimientos adquiridos en clases (Blended Learning).

Aspecto Político: Posibles afectaciones al Gobierno Nacional en caso de un cierre de la Universidad de Guayaquil.

Este trabajo tiene como objetivo general analizar desde un enfoque Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS) el uso de aplicaciones informáticas para mejorar el proceso de enseñanza aprendizaje de los estudiantes de la Universidad de Guayaquil. Para ello nos orientaremos con los siguientes objetivos específicos:

Analizar las ventajas sociales de una mejora en la preparación académica de los estudiantes de la Universidad de Guayaquil

Plantear el uso de sistemas informáticos inteligentes para mejorar el indicador académico de la Universidad de Guayaquil.

En el Desarrollo de este trabajo el autor se enfocará en cumplir los objetivos planteados con un enfoque CTS y en las Conclusiones resaltaremos las observaciones pertinentes a este tema.

DESARROLLO

Situación problemática

Como ya se mencionó en la Introducción, la Universidad de Guayaquil está pasando por un momento difícil de su larga trayectoria. En el año 2010 se inició el proceso de categorización para las diferentes Universidades del Ecuador, las cuales para aquel entonces, ofertaban distintas carreras de estudio en diferentes modalidades tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 3 Resumen de carreras universitarias en el Ecuador

Fuente: Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador (SNIESE) 2010

MODALIDAD	Número	Estudiantes
DISTANCIA / VIRTUAL	375	63.279
PRESENCIAL	3.068	451.814
SEMIPRESENCIAL	1.267	72.048
Total general	4.710	587.141

En el año 2010 se realizó la primera categorización de las Universidades clasificándolas en cinco niveles de la letra A (la más alta) hasta la letra E (la más baja). En la última categoría se ubicaron 14 universidades de diferentes ciudades del Ecuador. Posteriormente para Abril del año 2012, las ya mencionadas universidades ubicadas en la categoría E fueron cerradas de manera definitiva (CEAACES, 2013).

En la última evaluación desarrollada por el ente gubernamental (actualmente denominado CEAACES), publicada en Diciembre del 2013, se informa que se evaluaron aspectos tales como "...producción científica, remuneraciones, formación de posgrado, calidad del gasto, cada uno con un peso porcentual distinto...". En esta evaluación, la Universidad de Guayaquil fue catalogada en Categoría D.

Previamente, desde Octubre de ese mismo año se encuentra intervenida por una comisión del CEAACES que busca mejorar los indicadores mencionados. La comisión interventora inició su trabajo antes de la publicación de los resultados mencionados luego de un año de análisis de la institución y ahora tiene la tarea de mejorar la calificación obtenida por el Alma Mater guayaquileña, por lo cual actualmente la universidad está llevando a cabo las respectivas Reformas Académicas y Administrativas, e impulsando el estudio de nuevas carreras especialmente de tipo tecnológicas.

Cabe mencionar que la Universidad de Guayaquil ya tiene los primeros planes de reforma en los cuales se plantea: "De 18 facultades con las que actualmente se maneja la Estatal se reducirán a 9 para el próximo año, al igual que las carreras que hasta septiembre sumaban 68 y que pasarán a 52, con 12 ingenierías, 36 licenciaturas y otras 4 nomenclaturas" (Diario El Universo 05/11/2014). En la Figura 3 se puede apreciar la planificación inicial mencionada en este párrafo.

Figura 3 Reorganización Académica en la Universidad de Guayaquil



Fuente y elaboración: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/10/26/nota/4145411/universidad-ajusta-su-cifra-carreras-aminora-facultades>

Pero aún está latente la pregunta ¿Qué ocurriría en caso de un cierre de la Universidad de Guayaquil? La respuesta no es sencilla, ya que no solo se afecta a la comunidad universitaria (docentes, estudiantes y empleados) sino también se verían afectados una serie de negocios (pequeñas librerías, centros de impresión y copiado, cafeterías y comedores, etc.) que se encuentran en los alrededores de los diferentes locales de las facultades de la Universidad de Guayaquil. Esta última afectación (indirecta) no es fácil de cuantificar por ser la gran mayoría locales informales.

Aspectos a considerar

- **Aspecto Social:** Si la Universidad de Guayaquil llegará a cerrar sus puertas, hablando en números redondos, serían más de **55000** estudiantes que deberían ser reasignados a otras universidades públicas y/o privadas lo cual puede llegar a ocasionar un proceso de protestas sociales no solo por parte de los estudiantes,

sino además de los Docentes (cerca de **3000** personas entre nombramiento y contrato) y los trabajadores de la Universidad (alrededor de **2000** personas) que perderían sus empleos irremediablemente.

- **Aspecto Educativo:** La inserción de más de 55000 estudiantes en otras universidades se podría traducir en un elevado número de deserciones por cuanto es probable que muchas personas no puedan seguir sus estudios especialmente si trabajan para completar sus ingresos económicos.
- **Aspecto Técnico:** El retraso en el desarrollo de aplicaciones que ayuden a preparar a los estudiantes en sus estudios complementando los conocimientos adquiridos en clases (Blended Learning, sitios virtuales de capacitación, etc.).
- **Aspecto Político:** El Gobierno podría sufrir una seria distorsión en su imagen de la política de categorización de las Universidades y otras afectaciones que no son objeto del presente trabajo.

Como ya se mencionó previamente hay una serie de afectados indirectamente de difícil cuantificación al ser en su mayoría negocios informales

Aspectos a evaluar

Para fines de categorización de las Universidades, en Septiembre del 2015 se han establecido seis criterios de evaluación con varios subcriterios los cuales se pueden apreciar en la Tabla # 4. En dicha tabla, por razones de espacio, se excluyen los indicadores de cada subcriterio.

De los mencionados criterios, la investigación principal del autor busca influir o modificar los criterios de **Eficiencia Académica**. Los otros criterios escapan al alcance de la presente investigación ya que por ejemplo, no podemos afectar directamente los criterios de **Infraestructura**, aunque si podemos contribuir indirectamente en los criterios de **Investigación**.

Tabla 4 Resumen de carreras universitarias en el Ecuador

Fuente: Adaptación del Modelo de Evaluación Institucional de Universidades y Escuelas Politécnicas 2013 al Proceso de Evaluación, Acreditación y Recategorización de Universidades y Escuelas Politécnicas (CEAACES Septiembre 2015)

Criterio	Definición	Subcriterios
Organización	Considera los procesos de organización institucional que se constituyen en el marco que permite a la institución y a las unidades académicas establecer, monitorizar y evaluar la consecución de los objetivos institucionales considerando el marco normativo vigente en general y los principios de calidad y transparencia en particular.	Planificación Institucional
		Ética Institucional
		Gestión de la Calidad
Academia	Evalúa las cualidades de la planta docente y las condiciones laborales y de contratación en las que se desarrollan sus actividades, las que deben procurar el desarrollo adecuado de las actividades sustantivas de docencia, investigación y vinculación con la sociedad. Estos aspectos se relacionan con la formación académica de los profesores, su tiempo de dedicación, las condiciones de contratación y prestaciones necesarias para asegurar la carrera profesional de los mismos, considerando las condiciones de estabilidad y la garantía de sus derechos	PostGrado
		Dedicación
		Carrera Docente
Investigación	Evalúa la institucionalización de los objetivos, proyectos y actividades de investigación, así como los resultados obtenidos por los investigadores de la institución.	Institucionalización
		Resultados
Vinculación con la Sociedad	Desde la concepción de la universidad como bien público y poseedora de un gran capital social, una de sus principales funciones es la de articular y transferir conocimiento en los dominios académicos, para satisfacer las necesidades y solucionar problemas de su entorno y de generar desarrollo. En este sentido, la vinculación con la sociedad demanda de una planificación que considere los objetivos institucionales y de políticas y procedimientos claros para la gestión de recursos, elementos indispensables a través de los cuales la institución puede obtener los resultados esperados.	Institucionalización
		Resultados de la Vinculación
Recursos e Infraestructura	Propone evaluar que las características de la infraestructura física, de las tecnologías de la información y de los recursos bibliotecarios, con los que cuenta una institución, sean adecuados para garantizar el desarrollo de las actividades de la comunidad académica.	Infraestructura
		TIC
		Biblioteca
Estudiantes	considera las políticas y acciones emprendidas por la institución para garantizar y promover condiciones adecuadas que permitan a los estudiantes alcanzar resultados exitosos en su carrera académica, así como los resultados medidos en términos de eficiencia académica.	Condiciones
		Eficiencia Académica

UN ENFOQUE CTS

Para fines del presente trabajo, el autor no puede dejar de lado el llamado enfoque CTS (Ciencia Tecnología y Sociedad). Este tipo de enfoque parte del principio planteado por varios autores entre ellos (Núñez Joves, 2007) y (García Palacios, et al., 2001) quienes proponen que todo proceso de investigación orientado al desarrollo de una solución a una situación o conflicto, afecta directa o indirectamente al entorno que le rodea y por lo tanto a la sociedad lo cual puede generar un fenómeno social que pudiera afectar u ocasionar desviaciones de ciertas normativas. Un ejemplo palpable lo tenemos con el famoso juego POKEMON GO, que ha generado algunas llamadas de atención a los jugadores ya que la actividad es una mezcla de virtualización (aplicación en SmartPhone) y realidad (Google Map aplicado al momento actual).

Con esto en mente, el autor menciona los siguientes enfoques CTS orientados a una visión general del problema planteado.

➤ **ASPECTO SOCIAL:**

- ✓ **Desempleo** que se manifestaría por la pérdida de empleo, no solo por parte de los docentes y empleados de la Universidad de Guayaquil, sino además por las personas de los negocios informales ya mencionados anteriormente.
- ✓ **Impacto económico** derivado del punto anterior previamente analizado

➤ **ACADÉMICO:**

- ✓ **Gestión del conocimiento** por cuanto estamos buscando influir en la parte académica de los estudiantes mediante el adecuado uso de plataformas educativas y TIC.
- ✓ **Sociedad del conocimiento** por cuanto se desarrollarán e implementarán nuevos esquemas que lleven a la comunidad universitaria a nuevos niveles en el manejo de las temáticas desarrolladas.

➤ **TÉCNICO:**

- ✓ **Innovación y desarrollo** al implementar la solución que estamos proponiendo como resultado de la investigación a realizar.
- ✓ **Soberanía tecnológica** por cuanto la aplicación sería desarrollada basada en un modelo basado en la realidad de la Universidad ecuatoriana.
- ✓ **Cambio tecnológico** producido por la implementación del modelo de la solución propuesta
- ✓ **Tecnología apropiada** derivada de la implementación del modelo de la solución propuesta

➤ **POLÍTICO:**

- ✓ Estos impactos son indirectos por cuanto no es que vamos a cambiar la forma de gobernar el Ecuador, lo que se plantea es evitar que el Gobierno sufra una **disminución de su imagen política** ante los ecuatorianos.
- ✓ Al ayudar en la parte de la recategorización de la Universidad de Guayaquil, estamos contribuyendo a la afectación social ya descrita previamente pero también ayudamos a evitar se cree una **distorsión de la política de categorización** de las universidades en el Ecuador.

➤ **MORAL:**

- ✓ El **componente ético** no debe ser olvidado, por cuanto como ya mencionó el autor al inicio de este trabajo, el científico debe mantener su ética y su moral en el proceso de la aplicación de las soluciones tecnológicas.
- ✓ Los **valores morales** deben estar también presentes en el presente trabajo, derivados del punto anterior.

Solución propuesta

El desarrollo informático ha sido vertiginoso en lo que va del Siglo XXI. Los caudales de información que se generan han producido abundantes datos los cuales si no son debidamente analizados generan un caos y confusión sin una orientación definida. Surge la inquietud, qué ocurre si la escala de exploración y manipulación de datos, sus posibles inferencias que se puedan obtener, van más allá de la limitada capacidad humana. Es en ese momento que entran en acción las tecnologías informáticas para automatizar los diferentes procesos de análisis.

Esta interacción informática es conocida como Minería de Datos y es mediante esta que se logra transformar información de bajo nivel en conocimiento de alto nivel. El proceso es interactivo e iterativo conteniendo los siguientes pasos básicos:

- Comprender el dominio de aplicación: este paso incluye el conocimiento relevante previo y las metas de la aplicación.
- Extraer la base de datos objetivo: recogida de los datos, evaluar la calidad de los datos y utilizar análisis exploratorio de los datos para familiarizarse con ellos.
- Preparar los datos: incluye limpieza, transformación, integración y reducción de datos. Se intenta mejorar la calidad de los datos a la vez que disminuir el tiempo requerido por el algoritmo aplicado posteriormente.
- Minería de datos: como se ha señalado anteriormente, este es la fase fundamental del proceso. Está constituido por una o más de las siguientes funciones, clasificación, regresión, clustering, resumen, recuperación de imágenes, extracción de reglas, etc.
- Interpretación: explicar los patrones descubiertos, así como la posibilidad de visualizarlos.
- Utilizar el conocimiento descubierto: hacer uso del modelo creado.

La minería de datos se puede aplicar a diferentes áreas de conocimiento que van desde las ciencias sociales hasta la astronomía. Una aplicación interesante de la minería de datos es su aplicación al área educativa lo cual recibe el nombre de EDM (por sus siglas en inglés Educational Data Mining). Esta es el pilar de la llamada Analítica del Aprendizaje. En este campo entra en juego mucho análisis estadístico y desarrollo de minería de datos educativos procurando obtener los llamados cubos de información los cuales serán de ayuda en la inferencia de tendencias en los resultados obtenidos.

Ya en el Informe Horizon 2011: Enseñanza Universitaria Instituto de Tecnologías Educativas, se plantea "... la interpretación de una amplia gama de datos generados y recopilados por los estudiantes con el fin de evaluar el progreso académico, predecir los resultados en el futuro y detectar potenciales problemas". Desde sus primeras etapas, las Analíticas de Aprendizaje buscan aprovechar la gran cantidad de datos generados por los estudiantes en sus diferentes actividades académicas diarias: tareas explícitas (exámenes, tareas, etc.) así también tácitas (interacciones sociales en la red, actividades extraescolares, etc.). El objetivo principal de las Analíticas de Aprendizaje es "... permitir a docentes y centros universitarios adaptar las oportunidades educativas al nivel de necesidad y capacidad de cada estudiante. También pueden ser utilizadas para evaluar planes de estudio, programas e instituciones."

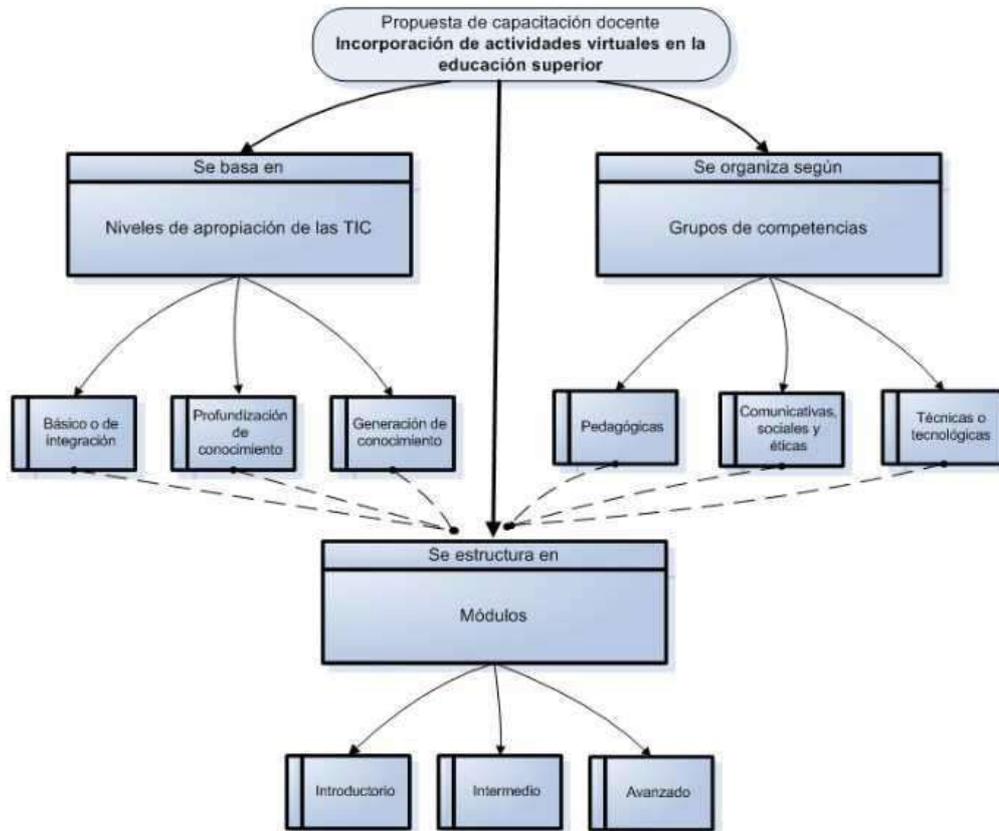
Propuesta TIC

Como parte de la solución que se está planteando a la problemática actual, es necesario considerar el hecho de que la Universidad de Guayaquil es considerada una universidad tradicionalista donde de la tecnología educativa es poco usada, y basado en la experiencia de otras universidades y políticas gubernamentales referentes a TIC que han sido revisadas en este trabajo, contribuyendo con el Plan de Gobierno Nacional del Ecuador (2013 – 2017), se torna imperante que la Universidad de Guayaquil incursione de forma agresiva en el uso de las TIC en educación superior y para ello es necesario iniciar la capacitación a los docentes en el uso de tales herramientas.

Una primera propuesta es realizar una evaluación a los docentes para su respectiva categorización basada en niveles de conocimiento y uso de las TIC. Este proceso es el que siguió la Universidad de Murcia (España) y la Universidad de Mar del Plata (Argentina) y los resultados han sido positivos permitiendo al tener docentes capacitados obtener estudiantes con mejores resultados académicos de calidad. Esta parte inicial está en proceso y ha sufrido retrasos por motivo de las prioridades que la Universidad de Guayaquil ha planteado para el actual proceso de recategorización.

Con lo anterior se busca establecer como primer peldaño, establecer el conocimiento de las TIC por parte de los Docentes de la Universidad de Guayaquil. El autor propone adaptar el modelo planteado por (Malbernat, 2014) el mismo que aparece en la figura 4. Los lectores podrán darse cuenta de la lógica del modelo planteado ya que nos garantiza tener una planta docente preparada para poder "enseñar adecuadamente" a los estudiantes mediante el adecuado uso de las TIC.

Figura 4. Propuesta de Capacitación docente



Fuente: Capacitación docente: propuesta para incorporar TIC en educación superior. En IX Congreso sobre Tecnología en Educación & Educación en Tecnología (2014)

Elaboración: Malbernat, Lucía Rosario

Hay toda una gama de herramientas que se pueden usar pero lo más importante es que muchas de esas herramientas ya son utilizadas con éxito en diferentes universidades de América Latina y unas pocas de Ecuador. Históricamente la implementación de este esquema de trabajo ha roto paradigmas de las diferentes universidades en las cuales se han implementado y el éxito alcanzado ha sido justificativo para su implementación al igual que la inversión en tiempo y dinero.

Cabe mencionar una vez más, el hecho de que los análisis CTS son cada día más una “exigencia” de la sociedad hacia las Universidades para que estas puedan cumplir con su rol no solo desde el punto de vista científico, técnico y tecnológico, sino además su rol social en la cual en palabras de (Acevedo Díaz, 2004) “... *mostrar que la ciencia y la tecnología son accesibles e importantes para los ciudadanos (por tanto, es necesaria su alfabetización tecnocientífica) y propiciar el aprendizaje social de la participación pública*”

en las decisiones tecnocientíficas (por tanto, es necesaria la educación para la participación también en ciencia y tecnología)”.

Con este proyecto, el autor está convencido poder lograr influir positivamente en los indicadores de eficiencia académica, no se trata solo de elevar un indicador, se trata de que los estudiantes salgan mejor preparados de las aulas universitarias y estén en condiciones de ser evaluados en el examen de fin de carrera previo a la graduación y obtención del título de Tercer Nivel (Título Universitario).

El autor también está seguro de no causar afectación negativa en los temas relacionados con la parte ética y moral tanto de los estudiantes que realicen los cursos así como en las personas involucradas en el desarrollo del proyecto. Se debe predicar con el ejemplo, por ello será necesario demostrar la veracidad de los postulados planteados y los objetivos alcanzados y de esa manera poder cumplir con los lineamientos desarrollados por los tratadistas en materia CTS.

CONCLUSIONES

Como primera conclusión el autor expresa al implementar esta solución, más allá de un piloto de pruebas sino con una formalidad adecuada para una Universidad, se puede obtener un alto beneficio social al tener docentes que preparen profesionales más capacitados en las disciplinas complementado con el adecuado uso de TIC, lo cual permitirá tener una mejor evaluación académica para la Universidad de Guayaquil.

El autor debe recalcar una vez más que otras universidades de América Latina ya han utilizado las TIC para mejorar y por ello dichas tecnologías deben ser utilizadas adecuadamente en la Universidad de Guayaquil por parte de sus docentes y de esa manera, ellos contribuyen a mejorar indicadores de calidad en el proceso educativo para los siguientes procesos de acreditación.

Cabe destacar que el desarrollo de una aplicación orientada a la capacitación en TIC a los docentes, dentro de este proyecto, se realizaría empleando personal técnico ecuatoriano debidamente calificado y capacitado, lo cual ayuda en el tema de soberanía tecnológica especialmente si se consigue desarrollar toda la aplicación con herramientas Open Source.

El autor está seguro que el éxito del presente proyecto ayudará al proceso de acreditación de las universidades ecuatorianas, mejorando los niveles académicos de los estudiantes y de esa manera se apoya la política de mejoramiento de las universidades emprendida por el Gobierno Nacional.

BIBLIOGRAFIA

Acevedo Díaz José Antonio Reflexiones sobre las finalidades de la enseñanza de las ciencias: Educación Científica para la ciudadanía *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias (2004), Vol. 1, Nº 1, pp. 3-15*

CEAACES, 2013. *“Suspendida por falta de calidad”. El cierre de catorce universidades en Ecuador.* Quito, Ecuador: Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, 2013.

CEAACES, 2015. *“Adaptación del Modelo de Evaluación Institucional de Universidades y Escuelas Politécnicas 2013 al Proceso de Evaluación, Acreditación y Recategorización de Universidades y Escuelas Politécnicas”.* Quito, Ecuador: Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, 2015.

Cutcliffe S.H. Ciencia, tecnología y sociedad: un campo interdisciplinar [Publicación periódica] // Ciencia, Tecnología y Sociedad. Estudios interdisciplinarios en la Universidad, En la educación y en la Gestión Pública. Manuel Medina y José San Martín . - Barcelona : Anthropos Editorial, 1990.

García Palacios, E. M., González Galbarte, J. C., López Cerezo, J. A., Luján, J. L., Gordillo, M. M., Osorio, C., y otros. (2001). Ciencia, Tecnología y Sociedad: una aproximación conceptual (1 ed.). Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).

Kröber G. "Acerca de las relaciones entre la historia y la teoría del desarrollo de las ciencias" [Publicación periódica] // Revista Cubana de Ciencias Sociales. - La Habana : 4(10), 37-44, 1986.

Malbernat, Lucía Rosario. (2012). Innovación en educación universitaria: factibilidad de incorporar actividades virtuales según las competencias docentes. Recuperado 17 de septiembre de 2015, a partir de <https://ideas.repec.org/p/nmp/nuland/1772.html>

Malbernat, L. R. (2013). Incorporar actividades virtuales en educación superior: algoritmo de segmentación de docentes según sus competencias. En XV Workshop de Investigadores en Ciencias de la Computación (pp. 78 - 82). PARANA - ENTRE RÍOS: SEDICI. Recuperado a partir de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/27100>

Malbernat, L. R. (2014). Capacitación docente: propuesta para incorporar TIC en educación superior. En IX Congreso sobre Tecnología en Educación & Educación en Tecnología (La Rioja, 2014) (pp. 174-183). La Rioja: SEDICI. Recuperado a partir de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/38502>

Nuñez Jorge Jover DE LA CIENCIA A LA TECNOCENCIA: PONGAMOS LOS CONCEPTOS EN ORDEN. [Publicación periódica]. - 1998.

Nuñez Jorge Jover LA CIENCIA Y LA TECNOLOGIA COMO PROCESOS SOCIALES. Editorial Félix Varela. – ISBN 978-959-07-0468-0.- 2007

Pacey A. La cultura de la tecnología, Fondo de Cultura Económica. [Publicación periódica]. - México. D.F. : ISBN 9681633407, 9789681633400, 1990

María Paz Prendes Espinosa. (2010). Competencias TIC para la docencia en la Universidad Pública Española: Indicadores y propuesta para la definición de buenas

prácticas (Grupo de Investigación Tecnología Educativa). Murcia: Universidad de Murcia. Recuperado a partir de <http://www.um.es/competenciastic/informe.html>

Resumen del Informe Horizon 2011: Enseñanza Universitaria Instituto de Tecnologías Educativas

Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador (SNIESE)

Año 2010

Sutz Judith, "Ciencia, Tecnología y Sociedad: Argumentos y elementos para una innovación curricular. [Publicación periódica]. - Revista Iberoamericana de Educación, Número 18, Año 1998

Universidad de Guayaquil, Vicerrectorado Académico. Año 2015

WEBGRAFIA

CEAACES. (2013, mayo). Evaluación y depuración de extensiones. Recuperado 15 de octubre de 2014, a partir de <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/evaluacion-extensiones/>

Diario El Universo. (2013, abril 25). 44 extensiones de las universidades son suspendidas - ABR. 25, 2013 - Política - Noticias de Ecuador y del mundo | El Universo. Recuperado 15 de octubre de 2014, a partir de <http://www.eluniverso.com/2013/04/25/1/1355/44-extensiones-universidades-son-suspendidas.html>

Diario El Universo. (2014, abril 13). La investigación es materia difícil para las universidades - Informes - Noticias | El Universo. Recuperado 13 de abril de 2014, a partir de <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/12/15/nota/1916306/investigacion-es-materia-dificil-universidades>

Diario El Universo. (2014, octubre 26). 57 carreras quedarán en la Universidad de Guayaquil en 2015 - Gran Guayaquil - Noticias | El Universo. Recuperado 26 de octubre de 2014, a partir de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/10/26/nota/4145411/universidad-ajusta-su-cifra-carreras-aminora-facultades>

Diario El Universo. (2014, noviembre 5). Se define nueva distribución de las carreras en Universidad Estatal - Gran Guayaquil - Noticias | El Universo. Recuperado 6 de noviembre de 2014, a partir de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/11/05/nota/4186396/se-define-nueva-distribucion-carreras-u-estatal#>

La MALA educación Universitaria - Vistazo. (2014, febrero 1). Recuperado 15 de octubre de 2014, a partir de <http://www.vistazo.com/impresapais/imprimir.php?Vistazo.com&id=4674>

023. RETOMANDO RAÍCES: IDENTITARIA EN EL CONTEXTO UNIVERSITARIO. CASO UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA.

Autores:

Nelly Manjarrez Fuentes¹

Universidad Estatal Amazónica (Ecuador)

Correo-e: vicerectorado@uea.edu.ec

Eliecer Campos Cárdenas²

Escuela Politécnica del Litoral (Ecuador)

Correo-o: eliecercampos@hotmail.com

Rosaura Gutiérrez Valerio de May³

Universidad Estatal Amazónica (Ecuador)

Correo-e: rgutierrez@uea.edu.ec

Ferrán Cabrero⁴

Universidad Estatal Amazónica (Ecuador)

Correo-e: fcabrero@uea.edu.ec

Resumen

La historia de marginalidad y opresión ejercida contra pueblos y nacionalidades indígenas influye en se utilice el mestizaje como medio de sobrevivir en diferentes ámbitos del que no queda exento el contexto educativo. En el momento histórico actual que vive el Ecuador, se cuenta con una constitución que aborda temas como la inclusión y la participación, demandas que han comenzado a ser expresadas ya hace décadas, de forma plurinacional y multicultural y partiendo de las teorías de la identidad social y de la auto-categorización del Yo, que aportan constructivamente a la comprensión de la dimensión social de la conducta, este trabajo se centran en divulgar las acciones llevadas a cabo en el entorno universitario de la Estatal Amazónica, con miras a socializar y expandir los espacios identitarios en los jóvenes. Es conocido que las condiciones estructurales se convierten en un fuerte obstáculo para la inserción a la educación superior de sectores tradicionalmente excluidos como es el caso de jóvenes pertenecientes a pueblos y nacionalidades, por lo que se hace necesario generar espacios de socialización que apunten a la reconstrucción identitaria, a la inclusión de prácticas en el contexto universitario que permitan dar cuenta a la diversidad étnica con la que cuenta el país ecuatoriano.

Palabras clave: contexto educativo, acciones inclusivas, reconstrucción identitaria, auto-categorización del Yo.

¹ Dra. en Ciencias Económicas. Vicerrectora académica , Universidad Estatal Amazónica

Introducción

El concepto de identidad se refiere a la respuesta que trae la pregunta ¿Quién Soy Yo? Erikson (citado en Mercado y Hernández, 2010) concibe a la identidad como “un sentimiento de mismidad y continuidad que experimenta un individuo en cuanto tal” (Erikson, 1977: 586), lo que se traduce en la percepción que tiene el individuo de sí mismo y que surge cuando se pregunta “¿quién soy?” No solo las valoraciones y auto-atribuciones que el sí mismo pueda inculcarse tienen su importancia, sino la identidad tiene que ver con las respuestas del entorno que ese individuo reciba acerca de su sí mismo.

Henry Tajfel, citado en Maldonado y Hernández (2010), al concebir la teoría de la identidad social, la imagina como una conexión que da permiso al individuo al vínculo grupal, cuando en su yo se percibe pertenecer al grupo, que al ser parte tiene un atributivo positivo o negativo y finalmente siente algún tipo de apego afectivo por esa pertenencia. Según estas autoras son esas tres características las que permiten la generación del vínculo social. En el siglo XX la antropología y la sociología asumen la dimensión colectiva de la identidad, asociada a reivindicaciones sociales, de masas, y de ONGs (Mercado, Hernández, 2010)

Se habla de crisis de identidad en la adolescencia cuando entra en juego los roles para asumir en el futuro. Para Erikson el tema de identidad se hizo estratégico en su tiempo, como lo fue sexualidad en la época de Freud. Cuando se aborda la crisis de identidad que dependen de cambios evolutivos del individuo es decir de factores psicobiológicos, mientras que el aspecto social de la identidad está explicado en el contexto comunitario donde el individuo debe encontrarse a sí mismo (Erikson, 2004).

La teoría de la Identidad Social (TIS) y la Teoría de Auto-categorización del Yo, hacen referencia a la poderosa influencia que tiene el entorno social en tanto al sentido de pertenencia que le atribuyen ciertos grupos o categorías sociales al individuo. Por muy claro que tenga la imagen de sí mismo, ésta será influenciada por ese ambiente (Scandroglio, López, San José, 2008, Canto, Moral, 2005).

Las preguntas ¿cómo lograr una verdadera integración que no sea una mera “adaptación”? ¿Cómo generar procesos de cohesión social, respetando la idiosincrasia y cultura de los pueblos? (Bartolomé et, al. 2002), nos colocan como institución educativa de nivel superior en una perspectiva coherente con la propia misión y con la pertinencia y riqueza cultural que el contexto nos ofrece. La constitución ecuatoriana en su Art.21. “Las personas tiene derecho a construir y mantener su identidad, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libre estética, a conocer la memoria histórica de sus culturas y acceder a su patrimonio cultural, a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.” Y en relación a los derechos colectivos de los pueblos que conforman el Ecuador plurinacional y multicultural en el artículo 57 y 58 de la Actual Constitución en

materia de identidad cultural se establece lo siguiente: 57.1. “Mantener, desarrollar y fortalecer su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social. 57.12. Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos, sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales, los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agro-biodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger sus lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora”.

Estos artículos que se promulgan en la constitución no están al margen de lo que promueve la misión de la Universidad Estatal Amazónica: “Generar ciencia, tecnología, formar profesionales y científicos, para satisfacer las necesidades de desarrollo sostenido, integral y equilibrado del ser humano, de la Región Amazónica y el Ecuador; conservando sus conocimientos ancestrales y fomentando su cultura”.

Desde el 2009, la UNESCO (citado en Leiva, 2012) viene propugnando por una educación inclusiva, visando la oportunidad y derecho que deben tener todos los estudiantes para recibir una educación de calidad, que permita enriquecer sus vidas. La inclusión vista como un movimiento, tuvo su origen en países anglosajones y estaba enmarcado en la educación especial, aspecto que es discutible y debe ser superado, pues la inclusión sostiene una educación con igualdad de condiciones para todo el alumnado (Leiva y Jiménez, 2012), lo que entra en contradicción con la existencia de una educación por separado para los que se pretenden incluir. Las demandas de grupos minoritarios para el proceso de inclusión ameritan indudablemente de procesos pedagógicos dinámicos que apunten a una mirada de apertura y apoyo a las iniciativas que surgen de las voces silentes pero a la vez empoderadas en dar a conocer sus valores, creencias y cosmovisión. Todos estos antecedentes promueven la iniciativa de apoyar el movimiento de tres jóvenes universitarios de último año de la carrera de Ingeniería Ambiental quienes, empoderados de sus convicciones ancestrales, aspiran a retornar a sus comunidades para colocar al servicio de sus grupos étnicos sus conocimientos. A este movimiento se le denominó en el contexto de la Universidad Estatal Amazónica: **Colectivo Retomando Raíces.**

El Colectivo RETOMANDO RAÍCES, Colectivo plurinacional, intercultural y multidisciplinario de la Universidad Estatal Amazónica, promueve la comunicación horizontal, rescate de valores, afianzamiento de la identidad de cada ser y el desarrollo integral de la comunidad universitaria y la colectividad por medio de actividades de capacitación, educativas, artísticas, recreativas y culturales. De acuerdo al acta de constitución de ese grupo, el objetivo es ofrecer una formación integral del hombre, llegar al alma, levantar el espíritu y lograr personas felices desde adentro. Lo logramos a través de la acogida, la enseñanza, la solidaridad, la entrega desinteresada y el amor al prójimo, fortaleciendo la identidad individual del ser, respetando nuestros valores ancestrales creados en nuestros pueblos

originarios. La misión es impulsar el desarrollo moral, social, educativo, identitario, cultural, material y espiritual de todas las personas a través de actividades de formación integral, capacitación, educativas, artísticas, recreativas y de asistencia profesional. Como visión se formuló ser uno de los principales colectivos de la provincia que retome y fortalezca el reconocimiento del origen de la persona de forma coherente con sus valores, cultura, cosmovisión y principios éticos y morales, promoviendo el desarrollo integral de todos, proyectando sus acciones al mundo.

El preguntarnos sobre cómo nos sentimos en el entorno universitario, como nos sentimos pertenecer, que necesidades no son satisfechas de manera integral, como nos comunicamos es parte de la formación Integral que promueve el Modelo Educativo Complejo (MEC) de la UEA, ir a la parte integral del sujeto no solo formar científicos, técnicos, “ desde el enfoque de la complejidad, integra las necesidades afectivas, espirituales y de convivencia social a las intelectivas y conativas con la seguridad que mientras mejor se forme a la persona, mejor profesional será formado” (UEA, MEC, 2012, pp25).

En principio se ha partido de la cosmovisión de los pueblos originarios, realizando lo que se denomina el “Ritual de Guayusa”, como punto de aglomeración alrededor de una temática. El tema de identidad va más allá de reproducir algo exótico, no es centrarse en los estudiantes de nacionalidades y pueblos originarios, fomentando fiestas, actividades lúdicas o una exageración en la visibilización de la diversidad cultural (Leiva, 2015, pp28), más por el contrario es permitir espacios de convivencia en que se permeen las posibilidades de evidenciar prácticas cotidianas que promuevan la revalorización del quehacer en cada uno de los orígenes, es promover la comunicación transparente y horizontal en donde no aparezcan los sabios e ignorantes, y sí, un grupo de individuos que cultivan prácticas del BUEN VIVIR, basado en el respeto y el diálogo. Los espacios en donde se coopera y se da valor al Ser, indudablemente crean comunidades de ayuda, auto-inclusión- y reafirmación de un individuo que como ente social interactúa en igualdad de condiciones con otros. Son individuos que promueven los trabajos en equipos para potenciar las diversidades en el conocimiento, las habilidades y las inteligencias de los cuales estamos dotados. “Los estudiantes se ven a sí mismos con responsabilidades específicas en los planos individual y grupal, independientemente de etnia, edad, clase o género” (Leiva, 2015, pp65).

Los objetivos de esta contribución son los siguientes:

1. Publicar los resultados de las prácticas pedagógicas que se fomentan a través de espacios de socialización.
2. Socializar los espacios de reconstrucción de la identidad de jóvenes.
3. Resaltar los elementos identitarios que los estudiantes de nacionalidades abogan para preservar su cultura y sus raíces.

Metodología.

El Colectivo Retomando Raíces se reúne de manera periódica alrededor de fechas importantes para planificar y desarrollar sus acciones. Hasta el momento se han celebrado rituales, dos de ellos coincidieron con cierres de semestre.

Decidida la fecha de la ejecución el Colectivo solicita a la rectoría el permiso para la ejecución en las instalaciones de la choza construida al lado del Observatorio de Turismo, en el campus de la UEA. De igual manera se solicita la compra de tilapias producidas en el Centro de Investigación, Posgrado y Conservación Amazónica (CIPCA) que pertenece a la UEA. Aprobada por el Rector la solicitud, se procede a la elaboración de carteles para promover el ritual y llegada la hora se desarrolla la agenda del encuentro. Este regularmente es presidido por los tres estudiantes de nacionalidades miembros fundadores del grupo, quienes dan la bienvenida e invitan a los y las participantes a contribuir con sus opiniones referentes al tema en cuestión.

Para la preparación del Uchumanga, que consiste en una tilapia envuelta en una planta nativa la hoja de rumipanka (en castellano: bijao, *Calathea* sp.) que da un sabor especial al pescado, servido con yuca o platano verde, el Colectivo ha tenido el apoyo de la Unidad Educativa Intercultural Bilingüe Amauta Ñanpi, quienes son pioneros en la promoción de la identidad de los pueblos y nacionalidades.

Al inicio del ritual se comienza la toma de la Guayusa que es una planta nativa de la región (*Ilex guayusa* Loes.), emparentada con la hierba mate nativa del Sur de Brasil, Uruguay y Paraguay. Las hojas de la guayusa son utilizadas tradicionalmente por varios pueblos amazónicos de la región en infusión, como energizante, depurativo y con otros fines. Aún existen pocos conocimientos sobre las sustancias que contiene la guayusa, es conocido que contiene cafeína como sustancia estimulante (Radice y Vidari 2007). En las comunidades amazónicas se suele tomar la guayusa en la madrugada, en familia o en grupos más amplios, y estos encuentros sirven como espacio de intercambio de ideas, opiniones, tradiciones culturales, interpretación de sueños, y también para planificar y coordinar las actividades del día siguiente.

Participantes.

En la celebración de los cuatro encuentros se contó con un total de 136 participaciones de estudiantes universitarios, docentes de la UEA y de centros educativos, e invitados de nacionalidades.

Para cada una de las reuniones y rituales se realizó un registro de asistencia, y las conversaciones son guardadas en videos, fotos y registros escritos anecdóticos, para luego ser sistematizadas y categorizadas por ejes temáticos

Las acciones del Ritual del Guayusa como elemento identitario.

Tal y como es costumbre en las comunidades, los WAYUS IRUNTAMU-WAYUSA UPINA (rituales de Guayusas) han sido celebrados en horas de la madrugada, a excepción del primero que se hizo al caer la tarde.

En el primer ritual de guayusa se abogó por el tema de la identidad. En ese aspecto uno de los fundadores se expresó: “Expresarnos con confianza pues eso somos la familia de la Universidad Estatal Amazónica”

“El objetivo de este proyecto es de fortalecer la identidad de los estudiantes, a que retomen sus valores, a que no pierdan su identidad, cuáles son sus temores al estar aquí fuera de sus comunidades, fuera de la familia y de sus casas, ver cuáles son los problemas que como familia académica tenemos. Necesitamos crear una red solidaria donde conversando entre nosotros podamos sentirnos apoyados para dar soluciones a los problemas que cada día enfrentamos, ver y conocer esas ideas que tenemos los estudiantes ya que vivimos estamos y estamos y estudiamos en un lugar multicultural, esto es para ustedes y con ustedes” (estudiante de la UEA, miembro fundador del grupo Raíces).

“Es una gran alegría estar en esta universidad, la que tiene que ser diferente a otras universidades ya que es una universidad multicultural. Es importante este tipo de trabajo, la diversidad de forma de toma de Guayusa de acuerdo a la nacionalidad. El trabajo nuestro era desde la 3 o 4 de la mañana desde que no han impuesto desde arriba, estamos para retomar este tipo de saberes” (Ex director de Educación Intercultural Bilingüe).

“Nosotros practicamos con los estudiantes ritos. La guayusa nos sirve para curar, vomitar, los shuar hemos cambiado la alimentación, purificación ayuda la circulación de la sangre. Solo que no cambiamos nuestra cultura, nosotros lo tomamos tibio, caliente es para alimentación. Agradezco por participar, como es formación los ritos y ceremonias no debemos cambiar el ritual, deben integrar las jóvenes y los jóvenes y venir con indumentaria propia, pues nos da otra connotación, pintar la cara con Achiote que ahuyente las cosas, hay que tomar en cosas lo pequeño que es esencial, es lo que nos hace identificar. Hemos tratado de enfocar que la formación de las universidades trabaje con las diferentes culturas de las nacionalidades. Trabajarlo en la guía de aprendizajes que el ministerio va a publicar, es nuestro deber” (Rectora del Instituto Pedagógico Shuar-Achuar).

”No había pensado en llegar aquí entrar para hacer esta sanación. Esto me enriquece, hay gente que no son de la cultura y lo valoran, eso nos motiva, no tenemos que perder nuestros valores, los Shuar sabemos que esto es importante, a las 5 de la mañana ya entraba a su faena, alrededor de este fogón con los hijos se interpreta los sueños, se planifican el día” (Docente Educación Intercultural Bilingüe de Zamora).

“Esto es un inicio, es una necesidad grande, era mi aspiración en donde nos conociéramos, como la educación es importante en todos los ámbitos de desarrollo. Hay jóvenes que estudian en colegio y van olvidando especialmente nuestra cultura Achuar, van olvidando poco están dejando sus valores, su identidad, les invito con toda confianza que dialoguemos y saquemos la conclusión que seguimos adelante como es universidad amazónica sigan con estos mismos pasos. Es necesario seguir el proceso, en la Guayusa siempre tratamos de planificar actividades, en casa cuando tengo que venir a estudiar me levanto a las 3: AM a tomar mi guayusa, a pensar, cada nacionalidad traduce sus sueños, mis padres me enseñaron eso, es importante retomar esto, con los mayores dialogando ha salido algo fructífero, seguimos adelante” (estudiante de la UEA, miembro fundador del grupo Raíces)

“La identidad es importante porque nos define, es decir nacemos con una personalidad, pero se forma en la manera que determinan factores subjetivo y objetivo. Es recuperar el orgullo de ser lo que somos, en primer lugar buscar nuevas estrategias de comunicación, no se trata solo de divulgar, sino comunicar que se tenga una devolución de lo que se siente de ser parte” (Docente participante de la UEA).

“No debemos liquidarnos sino fortalecernos junto a la madre naturaleza, la madre naturaleza nos da la energía a todos los que están en contacto, y entender que ella genera la vida, nos cobija cuando tenemos, nos da alimento, nos da agua. Creo que sin distinción alguna debemos protegerla y desarrollar y proteger los conocimientos, me parece interesante que los jóvenes estén en este proceso, vivir esta realidad es una gratitud que este saber, en la sierra hacemos otro tipo de ceremonia de acuerdo al ciclo de la siembra, el deshierbe, el florecimiento, la cosecha y la conservación de los frutos. Muchas gracias por formar parte” (Docente Educación Intercultural Bilingüe de la Sierra)

La experiencia que cuentan muchos profesores nativos de centros educativos con cuales la Universidad Estatal sostiene convenio con el proyecto “Fortaleciendo la inserción educativa a la educación superior en la Provincia de Pastaza”, narran penosamente la vergüenza que tienen los estudiantes de llamarse por sus orígenes y nacionalidades.

“Para las culturas indígenas los uniformes es opacar la vestimenta cultural de sus orígenes y es necesario animar los estudiantes a recuperar sus identidades, por eso en nuestro centro cada lunes se motiva a que lleven sus vestimentas originarias. Igual con el Chasqui en donde se desfila por las calles de la ciudad y de esa forma nuestros estudiantes ya no tienen miedo de decir, soy Kichwa, soy Sapara, soy Andwa, Soy de la nacionalidad que soy. En las comunidades, la guayusa tradicionalmente es un espacio de planificación en donde se comparten los sueños y las esperanzas, es un espacio interesante para aprender e intercambiar ideas. En este sentido se están retomando tradiciones culturales amazónicas en la Universidad Estatal, con el objetivo de la inclusión en el ámbito académico y esto

nos alegra mucho”. (Docente en el Centro Educativo Intercultural Bilingüe Amauta Ñanpi, participante en el ritual de guayusa).

“Me siento honrado en el cual les hablo como mestizo, tengo una raíz fuerte de kichwa, y en mi familia se ha ido callando esta raíz. Yo amante de mi cultura he ido visibilizando y voy transmitiendo a mi familia, a mi hija y mi esposa, aunque ya están más lejos, poco a poco se ha ido perdiendo en las generaciones actuales, en el caso en mi raíz tengo pocas experiencias, y recuerdo que este ritual se hacía para preparar el día. Eso se iba pasando de generación en generación, pero yo no lo viví, y tengo la necesidad que nos saquen de estas ignorancia, enlazar el acervo cultural, necesito empoderarme para amar lo que es” (presidente de la Casa de la Cultura)

Un padre Kichwa se reconoció como Sapara y señaló como han perdido su lengua y se han kichualizado, y como se mestizan entre culturas, cuentan cómo es difícil entrar a la universidad de inmediato, al salir de los colegios por problemas económicos. “Las aspiraciones de los padres cuando sus hijos ingresan a la universidad como hacer que la universidad se vincule con las actividades de las comunidades. No tenemos que aislarnos del conocimiento científico, del conocimiento tecnológico, no tenemos que esconder los saberes y los conocimientos ancestrales. Los conocimientos y saberes no son una historia, un mito, una leyenda. El conocimiento del comportamiento biológico tiene que ver con todo lo que es el conocimiento de la vida de los animales, el comportamiento de la naturaleza, como el hombre tiene que aprender todo esto para sobrevivir, sobre los cantos, las artesanías está compuesto de cultivos de ciclo corto, luego cuando se terminan de cosechar los primeros frutos viene el uso, con plantas de ciclo de vida más largo, y después el puro con frutos de plantas perennes” (Líder de nacionalidad Kichwa).

Conclusiones

Los aportes de la identidad social tienen su importancia para la psicología social en el sentido que ayuda a comprender los procesos e interacciones que surgen en los grupos sociales, la percepción del sí mismo, la conducta colectiva y por supuesto la dinámicas y prácticas que en el entorno se desenvuelve (Canto y Moral, 2005). Para estos autores “La identidad social estaría constituida por aquellos aspectos de la autoimagen de un individuo que proceden de las categorías sociales a las que pertenece” (ídem, pp60), por lo que retomar este aspecto se considera un impacto importante para la ejecución de planes y proyectos de desarrollo con la participación de sus beneficiarios directos. Tal como fue señalado la Universidad Estatal está inserta en un espacio multicultural por lo que se hace necesario impulsar acciones que sobrepasen el folclor y la mera moda del momento con inserción e interculturalidad, es asumir los estándares de calidad que los nuevos tiempos demandan con relaciones equitativas, cooperativas, enmarcadas en el respeto.

Es evidente en cada uno de los rituales celebrados, la importancia que se le da al ser mirados desde su origen. Las palabras de uno de los Fundadores del Colectivo

Raíces, quién en ese momento cursaba el noveno semestre; “Nuestro objetivo de este proyecto es de fortalecer la identidad de los estudiantes, a que retomen sus valores” o de igual manera las palabras de docentes de Unidades Educativas Interculturales Bilingües y padre de uno de los estudiantes; “Las aspiraciones de los padres cuando sus hijos ingresan a la universidad como hacer que la universidad se vincule con las actividades de las comunidades” evidencian el placer y el permiso que otorgan al Recinto educativo a ir más allá de solo exponer un evento, y sí crear el espacio de verdadero apoyo y competencia pedagógicas que fortalezca el sí mismo de los y la estudiantes y permita a docentes a empoderarse de un espacio diverso en donde el “Yo” necesita ser mirado sin estereotipos de bajos niveles académicos por la condición étnica y sí por la condición de otros elementos que en este espacio no viene al caso exponer.

El Colectivo Retomando Raíces, permite validar no solo los lineamientos de la constitución ecuatoriana sino más bien contribuir con la misión de la Universidad Estatal Amazónica, por lo que el reto es saltar la visión Folclórica y aterrizar en acciones que promueven el espíritu de ser parte de todo y como soy está bien que así sea.

Bibliografía

- 1) Bartolomé P, M. et al. (2002) Identidad y Ciudadanía, Un reto de la Educación Intercultural. Ediciones NARCEA, S.A. Madrid.
- 2) Canto, J, Moral, F. (2005) EL SI MISMO DESDE LA TEORÍA DE LA IDENTIDAD SOCIAL. Escrito de psicología. http://www.escritosdepsicologia.es/descargas/revistas/num7/escritospsicologia7_revision3.pdf, consultado, 20 de marzo, 2016.
- 3) Erikson E. Sociedad y adolescencia. Ediciones Siglo XXI, decimonovena edición en español, 2004, México.
- 4) Leiva, J. J (2015). LAS ESENCIAS DE LA EDUCACION INTERCULTURAL., Málaga, España; Ediciones ALJIBE
- 5) Leiva, J. J. y Jiménez, A.S. (2012) La educación inclusiva en la universidad del siglo xxi: un proceso permanente de cambio. Revista Electrónica de Investigación y Docencia (REID), 8, PP., 41-62.
- 6) Mercado, A. Hernández, A (2010). El proceso de construcción de la identidad
- 7) Colectiva. Convergencia, Revista de Ciencias Sociales, núm. 53, pp. 229-251 Universidad Autónoma del Estado de México.

- 8) Radice, M. y Vidari, G. (2007). Caracterización fitoquímica de la especie Ilex guayusa Loes. y elaboración de un prototipo de fitofármaco de interés comercial. La Granja 6 (1): 3 - 11
- 9) Scandroglio, B., López, J. San José, M.C (2008). La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. Psicothema 2008. Vol. 20, nº 1, pp. 80-89 ISSN 0214 - 9915 CODEN PSOTEG. www.psicothema.com
- 10) Universidad Estatal Amazónica, (2012). Modelo Educativo Complejo (MEC), por Resultados de los Aprendizajes. Puyo, Pastaza, Ecuador: Ediciones UEA.

024. OBJETOS VIRTUALES DE APRENDIZAJE PARA LA ENSEÑANZA DE TELEMEDICINA EN LAS UNIVERSIDADES: UNIANDES, UNACH Y U.T.A.

Autores:

Ing. Gustavo Eduardo Fernández Villacrés. Mag.

cysaedu@hotmail.com; Universidad Uniandes Carrera de Sistemas

Ing. Alexandra Arcos Naranjo

alexandra.ec81@yahoo.com; Universidad Uniandes Carrera de Enfermería

Dra. María Angélica Barba Mag.

mbarba@unach.edu.ec; Universidad Nacional de Chimborazo Facultad de Medicina

Dra. Lucila de la Calle Mag.

ldelacalle@unach.edu.ec; Universidad Nacional de Chimborazo Facultad de Medicina

RESUMEN EJECUTIVO

De cara a los numerosos desafíos del futuro, la educación se constituye en un elemento fundamental para que la humanidad pueda orientarse hacia los logros de paz, libertad y justicia social. Esto quiere decir que la educación debe ser cambiante y acorde a los elementos tecnológicos que se estén usando en la época. El presente proyecto tiene como finalidad: lograr el desarrollo de una cultura de uso de elementos micro curriculares digitalizados denominados “objetos de aprendizaje” por parte de los docentes de las Universidades: UNIANDES, UNACH y UTA. Se procedió a realizar un diagnóstico relacionado al nivel de uso que tienen estos denominados “objetos de aprendizaje” en dichas Universidades, se trabajó con las Facultades de Medicina de las mismas, ya que el proyecto es auspiciado por el grupo investigativo de CEDIA que trabaja en la línea investigativa denominada “Telemedicina para el trauma”. También el proyecto incorpora el fundamento teórico respectivo relacionado con los objetos de aprendizaje, en base a este se pudo desarrollar varios objetos relacionadas con materias de Medicina y de Telemedicina. Finalmente se considera que luego de publicar los resultados y ver la utilidad de los objetos de aprendizaje, estos sean generados y utilizados por los docentes. Finalmente debe señalarse que para fomentar una cultura de uso y generación de los “objetos de aprendizaje” deberán existir varios procesos de capacitación para los docentes así como también las exigencias del uso respectivo.

Palabras claves: Educación, enseñanza, aprendizaje, tics

ABSTRACT

Looking ahead to the many challenges of the future, education is a key to humanity to be directed towards the achievement of peace, freedom and social

justice element. This means that education should be changing, according to the technological elements that are being used at the time. This project aims to: ensure the development of a culture of micro elements using digitized curriculum called "learning objects" by teachers of universities: UNIANDES, UNACH and UTA. He proceeded to perform a related level diagnostic use with these so-called "learning objects" in these universities, worked with the Faculty of Medicine of the same, as the project is sponsored by the research group CEDIA working in the research line called "Telemedicine for trauma". The project also incorporates the respective theoretical foundation related to learning objects, based on this could develop several related matters Medicine and Telemedicine objects. Finally it is considered that after publishing the results and see the usefulness of learning objects, these are generated and used by teachers. Finally it should be noted that to foster a culture of use and generation of "learning objects" there should be several training processes for teachers as well as the requirements of the respective use.

Keywords: Education, teaching, learning, tics

INTRODUCCIÓN

La característica fundamental de la década final del siglo XX y la primera del siglo XXI fue el gran desarrollo tecnológico, especialmente en tres áreas como la informática, las comunicaciones y la electrónica en general. De la fusión de ellas surgen dispositivos como las computadoras que han llegado a un grado tal de popularización que hoy en día es muy normal que cada hogar disponga de uno de ellos. De este mismo avance tecnológico y de esta fusión de tecnologías, surge el Internet como un medio de comunicación entre computadoras y obviamente entre personas.

La popularización de los equipos informáticos comienza en 1984 con el apareamiento de la primera pc por parte de IBM, desde allí hasta la presente fecha se han ido elevando la velocidad de procesamiento, la capacidad de almacenamiento y el número de programas para ser utilizados en ellas, por otro lado también, se han ido reduciendo el tamaño de los equipos así como el precio de los mismo. Todos estos factores han conjugado para que cada día los computadores sean más accesibles y mayormente usados en el mundo por todas las personas.

La red internacional de computadoras de uso civil comienza a despegar a mediados de los años 90, los nodos de conexión eran Universidades de los Estados Unidos, se trabajaba a muy baja velocidad y su uso era eminentemente educativo. El paso de los años permitió el incremento de la velocidad así como el apareamiento de nuevos servicios al interior de esta red, los mismos que han ido facilitando la comunicación y uso de computadores en la red internacional.

Como es lógico suponer, este avance tecnológico ha sido aprovechado por otras áreas del conocimiento humano y es por ello que el aspecto tecnológico ha sido plenamente asumido en el campo empresarial, esto quiere decir que no hay empresa que no disponga de dispositivos tecnológicos para todas las actividades operativas y comerciales que lleva a cabo

Otra de las áreas enormemente beneficiada por este gran avance tecnológico es la educación, esto quiere decir que las tecnologías están influenciando de manera directa en el proceso educativo moderno, existe un sinnúmero de herramientas informáticas que permiten desarrollar actividades del proceso enseñanza-aprendizaje. Incluso hoy se disponen de plataformas virtuales que simulan este proceso educativo, solventando así, problemas de distancia y horario para los estudiantes, permitiendo que el conocimiento llegue a más personas y a sitios remotos.

La incidencia de la tecnología en la educación, ha crecido en forma exponencial durante los últimos años, esto ha requerido un mayor esfuerzo de los docentes para poder manejarla y adaptarla a sus clases y a todas sus actividades docentes. Por otro lado, puede señalarse también que los docentes tratan de ir poco a poco digitalizando todos sus materiales académicos para compartirlos con sus alumnos y de pronto con otros docentes.

En la zona central del país están las Universidades: Uniandes, U.T.A y Unach, ellas tienen algunas características en común, como por ejemplo: disponer de Facultades de Ciencias Médicas, estar afiliadas a CEDIA e impartir clases de forma muy similar. .

De investigaciones iniciales realizadas en estos centros educación superior, y que tienen que ver con los procesos didácticos en dichas Facultades, se han encontrado algunas dificultades entre las que se puede mencionar, así por ejemplo:

- Los contenidos de las materias son definidos por los profesores, esto genera una infinidad de variantes en los módulos de una misma materia, ya sea en el mismo ciclo o en uno diferente.
- Los módulos están hechos para un solo estilo de aprendizaje y como se sabe el aprendizaje depende de cada alumno, por ende, existen diferentes estilos de aprendizaje y con el modulo solo estamos encasillados a uno solo.
- La apariencia de los sílabos no es muy motivadora en los alumnos, estos exigen el uso de más recursos gráficos y visuales.
- Los contenidos no están permanentemente disponibles para los alumnos, esto quiere decir que obligatoriamente el estudiante debe estar en casa o llevar en físico el silabo a donde vaya.
- No se estimula el uso permanente de las Tics y también los docentes no las manejan adecuadamente.
- No se pueden reutilizar sílabos o actividades de otros docentes porque no se conocen de las mismas y porque tampoco están digitalizados.
- No se aplican estrategias colaborativas entre docentes y tampoco se estimula las mismas entre los estudiantes.

De lo descrito anteriormente se puede concluir que las Universidades tienen problemas en los procesos didácticos debido al escaso uso de la tecnología por parte de los Docentes.

Como solución a esta problemática surge el proyecto denominado “Objetos de aprendizaje para Telemedicina”, el mismo que tiene el siguiente **objetivo general**:

Elaborar varios objetos de aprendizaje que estén disponibles en el repositorio digital de CEDIA y que mediante su utilización se pueda lograr un mejoramiento del proceso enseñanza-aprendizaje de temas como tratamiento del trauma y telemedicina en las facultades de Medicina de las Universidades Uniandes, Unach y Técnica de Ambato.

Para lograr este objetivo general se han considerado necesario cumplir con los siguientes objetivos específicos:

- Fundamentar teóricamente los objetos de aprendizaje, sus herramientas de desarrollo, la telemedicina y la educación en general.
- Diagnosticar el nivel de conocimiento y utilización de los objetos de aprendizaje en el proceso educativo de las Facultades de ciencias Médicas en estas Universidades
- Elaborar varios objetos de aprendizaje sobre las materias mencionadas

Entre los beneficios que generó el proyecto se pueden mencionar:

- Digitalización de los planes de clase para generar los denominados objetos de aprendizaje en materias como telemedicina y atención del trauma.
- Mejoramiento general del proceso educativo debido al fortalecimiento de competencias tanto de estudiantes como de profesores.
- Disponibilidad de los objetos de aprendizaje debido a que al estar en la plataforma de CEDIA, estos pueden ser reutilizados y mejorados.

Por estos beneficios se justificó plenamente el desarrollo del proyecto.

A continuación se **expone los criterios emitidos por varios autores** y universidades en relación con los objetos de aprendizaje.

La Universidad Politécnica de Valencia (2013) considera que para la conformación del Espacio Europeo de Educación Superior (E.E.E.S) una de las actividades de gran importancia, es la implementación de un repositorio digital de objetos de aprendizaje con características multimedia y que sirvan de base para la creación de módulos de aprendizaje interactivos. En este contexto la Universidad define a un objeto de aprendizaje como: "La unidad mínima de aprendizaje, en formato digital, que puede ser reusada y secuenciada".

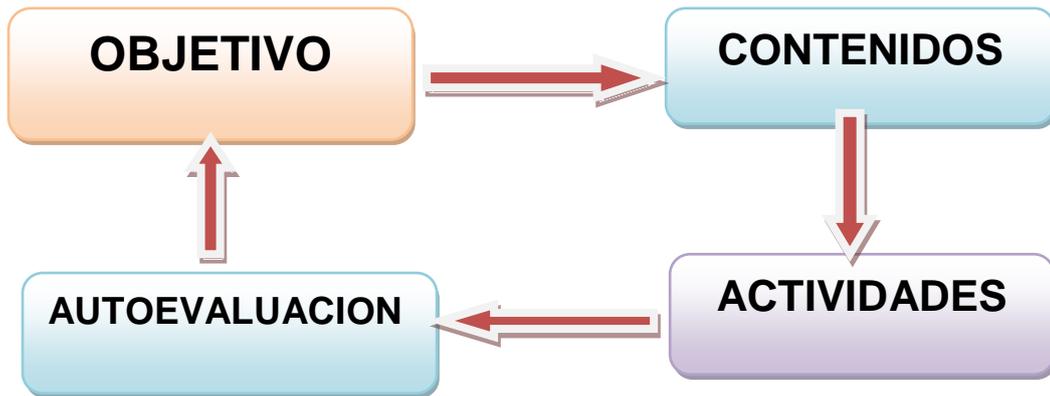
Se conciben, por tanto, estos pequeños componentes (O.A.) como elementos integrados e integradores del proceso de enseñanza-aprendizaje, ofreciendo a los estudiantes la posibilidad de mejorar su rendimiento y nivel de satisfacción. Un Objeto de Aprendizaje es "una colección de contenidos, ejercicios, y evaluaciones que son combinados sobre la base de un objetivo de aprendizaje simple", es llegar a una meta. El término es adjudicado a Wayne Hodgins, quien lo utiliza al crear un grupo de trabajo en 1994, aunque el concepto fue descrito por primera vez por Gerard en 1967

Por otro lado los autores (*Astudillo, Sanz y Willging, 2011*) consideran que un objeto de aprendizaje es: Una unidad didáctica digital independiente, cuya estructura contiene un objetivo de aprendizaje, un contenido, un conjunto de actividades y una evaluación. Puede ser reutilizado en diferentes contextos tecnológicos y educativos, además cuenta con metadatos que permiten su localización dentro de repositorios.

La estructura general de un objeto de aprendizaje se representa en el siguiente esquema:

Grafico No 1. Estructura de un O.A.

Fuente: Eduardo Fernández



“El punto de partida de las tareas de diseño no es únicamente el contenido a transmitir, sino fundamentalmente, las formas de organización de la actividad que se pretende que los estudiantes desarrollen al interactuar con el material educativo” (Onrubia, 2005)

Existen diversas metodologías para el desarrollo de los denominados objetos de aprendizaje, una de las más populares es la denominada DICREVOA, la cual tiene las siguientes etapas:

Análisis, Diseño, Implementación, Evaluación y Publicación.

Estas fases tienen como propósito guiar al docente en el diseño de un OA, para lo cual, se dan una serie de directrices que permiten que sea este quien tome las decisiones importantes en relación a la planificación del aprendizaje por medio del OA. Esta propuesta metodológica está pensada para aquellos docentes que no disponen en sus instituciones de un equipo multidisciplinar que se encargue de dar el soporte necesario para la creación de OAs, teniendo de esta forma que, ser el docente, quien se encargue de todo el proceso de diseño, creación y evaluación del O.A

MATERIALES Y METODOS.

Se adoptó el paradigma cuantitativo como modalidad de investigación.

La investigación a desarrollar es aplicada y dentro de los tipos de investigación utilizadas fueron:

De campo: llevada a cabo en base a encuestas a los estudiantes y docentes de las Facultades de Medicina de las Universidades en mención.

Documental: Utilizada para elaborar el marco teórico.

Los **métodos investigativos** aplicados fueron: el inductivo´-deductivo para ir de una problemática particular e inducir una solución general.

El analítico sintético aplicado durante la elaboración del fundamento teórico

Las **técnicas adoptadas** fueron: la encuesta, aplicada a docentes y alumnos y una entrevista a los Directores de carrera. También se aplicó la observación relacionada con los materiales utilizados por cada Docente en sus periodos de clase.

Los **instrumentos asociados** a las técnicas aplicadas son: el cuestionario, la guía de entrevista y la guía de observación.

Luego de estructurar el aspecto metodológico, se procede a definir la población y muestra a investigar:

Tabla No 1: Población Fuente. Universidades

Función	Número
Alumnos de Ciencias médicas Uniandes	400
Profesores de Ciencia médicas Uniandes	40
Alumnos de Ciencias médicas U.T.A.	200
Profesores de Ciencia médicas U.T.A	20
Alumnos de Ciencias médicas UNACH	200
Profesores de Ciencia médicas UNACH	20
Total	880

En base a esta población y asumiendo un error del 5% se obtuvo la muestra respectiva.

$$\text{Muestra} = \frac{\text{Población}}{(\text{Población} - 1) \cdot \text{error}^2 + 1}$$

De donde

Muestra = 275

Cuestionario para docentes:

Pregunta No 1. ¿Señala tu nivel de conocimientos sobre los objetos digitales de aprendizaje? Ninguno (...) Muy Bajo (...) Bajo (....) Medio (...) Alto (...)

Pregunta No 2 ¿Crees tú que como docente de Ciencia Médicas debes utilizar objetos digitales de aprendizaje como elementos de apoyo pedagógico?

Nunca (...) Rara vez (...) Frecuentemente (.....) Siempre (...)

Pregunta No 3 ¿Estarías de acuerdo que exista un repositorio digital con objetos de aprendizaje relacionados con ciencias médicas para que te sirva de ayuda en tu proceso de formación educativa? Si (.....) No (.....) Me es indiferente (....)

Pregunta No 4. ¿Consideras que la formación del profesional médico de hoy debería estar fuertemente apoyada por elementos pedagógicos basados en tecnología?

Si (.....) No (.....) Me es indiferente (....)

Pregunta No 5. ¿Señala tu nivel de conocimientos sobre Telemedicina?

Ninguno (...) Muy Bajo (...) Bajo (....) Medio (....) Alto (.....)

Pregunta No 6. ¿Conoces de alguna materia en la cual se impartan conocimientos sobre Telemedicina? Si (.....) No (.....) No tengo idea (....)

Pregunta No 7. ¿Cree que la Telemedicina será una nueva forma de brindar servicios de salud en zonas alejadas de la ciudad? Si (.....) No (.....) No tengo idea (....)

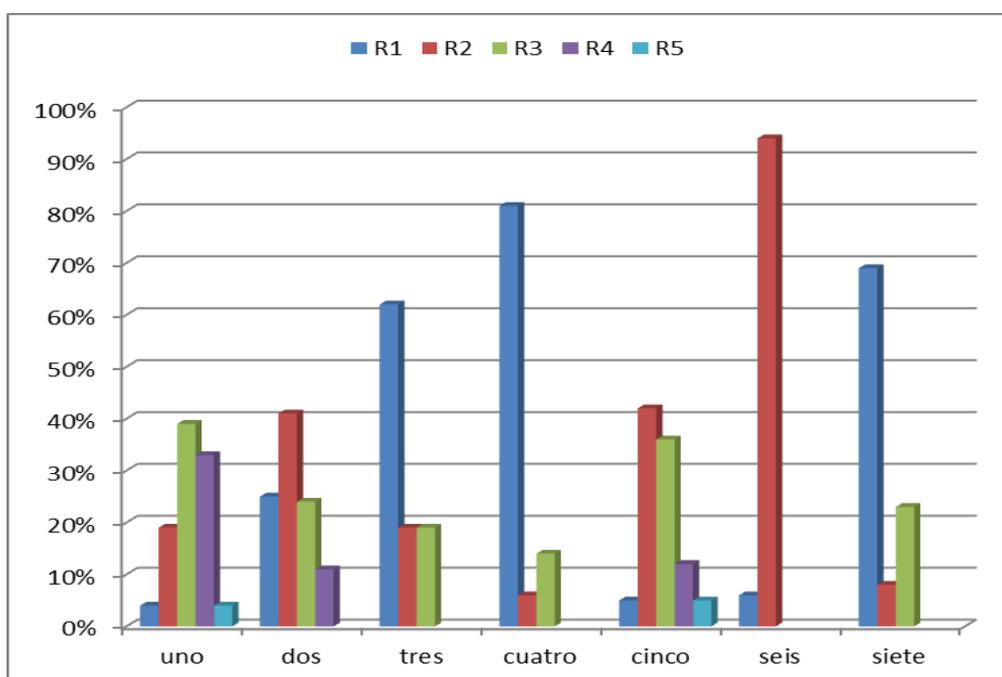
RESULTADOS Y DISCUSION

Luego de realizadas las encuestas tanto a Docentes como a estudiantes se han obtenido los siguientes resultados:

Tabla No 2: Tabulaciones:
Fuente. Investigadores del grupo

PREGUNTA No	R1	R2	R3	R4	R5
1	4%	19%	39%	33%	4%
2	25%	41%	24%	11%	
3	62%	19%	19%		
4	81%	6%	14%		
5	5%	42%	36%	12%	5%
6	6%	94%			
7	69%	8%	23%		

Figura No 1. Tabulación de encuestas
Fuente: Eduardo Fernández



De los resultados obtenidos se han obtenido las siguientes **conclusiones**:

- Se puede apreciar que, en las Instituciones Universitarias, el nivel de conocimiento sobre los objetos de aprendizaje es bajo y muy bajo.
- La gran mayoría de los investigados manifiestan que los Docentes rara vez utilizan objetos de aprendizaje.
- Un elevado porcentaje considera que sería muy importante disponer de un repositorio de objetos de aprendizaje relacionado con ciencias médicas.
- Se considera que la formación del profesional en ciencias de la salud debe estar fuertemente apoyada en la tecnología.
- Se deduce de los resultados que existe tanto en Docentes como en alumnos bajos niveles de conocimiento relacionado con la Telemedicina.
- No se tienen materias específicas donde se aborde a telemedicina.
- Casi la totalidad de los investigados concuerda que en que la Telemedicina será una forma de brindar servicio médico en las zonas lejanas del país.

Luego de realizar la investigación de campo se procede con el **desarrollo de los objetos de aprendizaje**. Para la elaboración de los objetos de aprendizaje se asumen los siguientes criterios:

Como se asume la metodología DICREVOA se requieren las siguientes condiciones iniciales:

Metodología de desarrollo:	DICREVOA
Software a utilizar:	Exelearning
Materia:	Telemedicina

Tabla No 3. Matriz de necesidades
Fuente: Eduardo Fernández

MATRIZ DE NECESIDADES	
Tema	Introducción a la Telemedicina
Descripción	Conceptos iniciales sobre telemedicina
Nivel	Educación Superior
Perfil del estudiante	Alumno con conocimientos de medicina y de computación
Tiempo estimado para recorrer el O.A.	8 horas
Contexto educativo	La telemedicina es un nuevo paradigma de atención médica, se fundamenta en el uso de internet y de computadoras
Tipo de licencia	Gratuita
Requerimientos .	Navegador

Tabla No 4. Plantilla para el diseño de los O.A.

Fuente: Eduardo Fernández

PLANTILLA PARA EL DISEÑO DE LOS OBJETOS DE APRENDIZAJE	
Diseño Instruccional	
1	Descripción textual del contenido
	El objeto contendrá los conceptos iniciales sobre telemedicina, para ello se requiere una síntesis de la evolución del internet y de las comunicaciones en general. También se incorpora un poco de historia relacionada con la atención medica remota. Luego se especifican definiciones sobre telemedicina según la OMS. En base a las definiciones se deducen las áreas de aplicación de la telemedicina. Se extiende el concepto a Telesalud. Finalmente se evalúan los conceptos
2	Objetivo de aprendizaje
	Comprender los conceptos fundamentales de la telesalud, sus áreas de aplicación y su evolución en estas últimas décadas
3	Contenidos
	<ul style="list-style-type: none"> • Explicación sobre el termino tele • Historia de la telemedicina • Evolución de las telecomunicaciones • Evolución de la informática • Desarrollo del Internet • Conceptualización de la Telemedicina desde entidades mundiales de salud <p>Áreas médicas en las cuales se puede utilizar la telemedicina</p>
4	Actividades
	<ul style="list-style-type: none"> • Cuadro resumen de la evolución histórica de la telemedicina. • Diapositivas sobre el desarrollo histórico de la informática y del internet • Mapa conceptual sobre telemedicina
5	Autoevaluación
	Crucigrama evaluativo de los conceptos fundamentales desarrollados
Diseño Multimedial	
1	Diseño de la interfaz
	El OA emplea una interfaz sencilla y amigable configurada a 800x600 Pixel para el browser, además emplea un estilo de plantilla INTEF de cascada (CSS) de exelearning, tiene un aspecto agradable en tonalidad de colores.
2	Estructura de las pantallas
	La estructura de las pantallas del OA, se basa en el diseño de Bloque de

	navegación a la izquierda.
3	Navegación
	La organización de los contenidos del OA sigue una secuencia de navegación jerárquica, que va de lo conocido a lo desconocido, lo inmediato a lo mediato, lo concreto a lo abstracto y lo fácil a lo difícil.

Tabla No 5. Plantilla para el diseño de los O.A.

Fuente: Eduardo Fernández

ESTRUCTURA INTERNA DE LOS O.A. Y LOS i-devices A UTILIZARSE			
No	Estructura del O.A.	Tema	I-devices de exelearning
1	Inicio	Portada	Texto libre
2	Objetivos	Descripción de conocimientos previos así como del objetivo general del O. A.	Información textual
3	Contenidos	Textos, videos, enlaces, resúmenes sobre la evolución histórica del internet, de las telecomunicaciones y de la telemedicina. Conceptualización de la telemedicina por parte de entidades mundiales de salud	Texto libre
4	Actividades	Elaboración de cuadros resúmenes, mapas conceptuales y diapositivas	Ardora, relacionador de textos e imágenes, sitios externos como goconqr y emaze
5	Evaluación	Crucigrama	Ardora
6	Bibliografía	Referencias bibliográficas	Texto libre

Luego de realizado el diseño se procede al **desarrollo del objeto** de aprendizaje en el programa exelearning, a continuación algunas capturas de ese desarrollo.

Figura No 2. Desarrollo del O. A. en exelearning
Fuente: Eduardo Fernández



Figura No 3. Presentación del O. A. desarrollado
Fuente: Eduardo Fernández



CONCLUSIONES

- Los objetos de aprendizaje constituyen un elemento de apoyo pedagógico importante dentro del proceso educativo moderno a nivel superior, su aplicación permite la consecución de aprendizaje significativo.
- La digitalización de contenidos de un sílabo, plasmados en un objeto de aprendizaje, implica una modernización en el proceso pedagógico de cualquier Universidad, ante lo cual se requiere el mejoramiento de las competencias digitales por parte del Docente.

- Los objetos de aprendizaje no están ampliamente difundidos en las instituciones participantes del proyecto, por lo que se sustenta el desarrollo de la presente investigación, en las necesidades plasmadas desde las aulas entre los actores principales del proceso educativo docente – estudiante.
- La incorporación de los objetos de aprendizaje como elementos de apoyo pedagógico generaran una cultura de enseñanza con medios tecnológicos y produce un impacto positivo entre los estudiantes, debido a que la mayoría de ellos son nativos digitales y es su entorno normal de desenvolvimiento.
- Los objetos de aprendizaje se complementan con el uso de otras herramientas tecnológicas aplicables al ámbito educativo, pudiendo ser empleados en las diferentes modalidades de aprendizaje.
- Diseñados los objetos de aprendizaje se requieren siguientes etapas de su implementación y utilización, con una siguiente fase de evaluación de su nivel de complejidad, aplicabilidad, importancia, entre otros aspectos.

REFERENCIAS

- CEDIA. (18 de Marzo de 2016). *Curso de objetos de aprendizaje*. Recuperado el 2 de Abril de 2016, de cedia.org.ec
- López, M. (2013). *Aprendizaje, Competencias y Tic*. México: Pearson.
- Prendes Maria, Sánchez Francisco . (2011). *La enseñanza con objetos de aprendizaje*. Madrid: Dukynson S.L.:
- Roberto, G. (15 de Diciembre de 2006). *Base de datos scielo*. Recuperado el 25 de Abril de 2016, de scile.org.mx: scielo.org.mx
- Vicerrectoría, U. j. (2009). *Objetos de aprendizaje. Prácticas y perspectivas educativas*. Recuperado el 25 de Abril de 2016, de http://portales.puj.edu.co/javevirtual/portal/Documentos/Publicaciones/Publicacion_2009.pdf
- Zamarro Minguel; Amorós lucia. (2011). *Las nuevas tecnologías en la enseñanza de las ciencias*. Bogotá: Ediciones de la U. Zamarro, J. (2011). *Las nuevas tecnologías en la enseñanza de la ciencia*. Bogotá, colombia: Ediciones de la U.

025. ANÁLISIS Y PROPUESTA DE LA UNIDAD DE PASANTÍAS Y PRÁCTICAS PREPROFESIONALES PARA LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.

Autores:

Econ. Haydeé Yulán Negrete, Msg., Doctorando en Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Católica Argentina Santa María de los Buenos Aires.
Catedrática de la Universidad Agraria del Ecuador.
hyulan@uagraria.edu.ec
Ecuador

Ing. Marcos Antonio Espinoza Mina, Mgs., Doctorando en Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Católica Argentina Santa María de los Buenos Aires.
Catedrático de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Catedrático de la Universidad Agraria del Ecuador.
mespinoza@ecotec.edu.ec, mespinoza@uagraria.edu.ec
Ecuador

RESUMEN

La ausencia de prácticas preprofesionales en el nivel superior de educación del Ecuador, fue la causa de una brecha muy profunda entre lo laboral y lo académico, provocando un divorcio de los desempeños que un profesional debe realizar en el campo de trabajo escogido y las actividades teóricas que el maestro enseñaba al interior de un salón de clases. La vinculación teórico practica constituye un elemento fundamental del proceso educativo, generando las primeras experiencias reales para la toma adecuada de decisiones. Este estudio evaluó el proceso de gestión de las prácticas preprofesionales de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Guayaquil y el modo en que se vienen desarrollando dichas prácticas, a través de un análisis de las experiencias de los estudiantes que las realizan y el impacto que éstas generan en el desarrollo de competencias laborales. La investigación tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo, basado en métodos empíricos y estadísticos para la recopilación adecuada de datos provenientes del análisis de fuentes documentales y el uso de instrumentos como encuestas estructuradas a estudiantes y docentes. Las encuestas a los estudiantes que habían realizado las prácticas permitieron identificar las debilidades y fortalezas que este programa tiene hasta la actualidad, con el afán de buscar el mejoramiento continuo de la calidad educativa. Se presenta un diseño de creación para una Unidad de Pasantías y Prácticas Preprofesionales que guíe de una mejor manera la estructura y normativas que se requieren.

Palabras clave: Prácticas pre-profesionales, competencia laboral, método estadístico, vinculación, empresas, universitarios.

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación se realizó en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Guayaquil, cuyo fin es orientar qué son las prácticas pre-profesionales o pasantías.

Debido a los reglamentos y leyes expedidas en el Ecuador y con el fin de brindar a la sociedad profesionales de calidad, las pasantías necesitan ser implementadas de

forma óptima para que los estudiantes se puedan desarrollar con una mejor visión y altos conocimientos teóricos y prácticos en las empresas, obteniendo el fortalecimiento, crecimiento y desarrollo del país, también fortaleciendo las labores que soportan el buen vivir mediante las opciones de aumento en la calidad de vida, convirtiéndose en una herramienta que debe ser investigada, planificada, bajo lineamientos de calidad, conservación y sostenibilidad, todo esto bajo las exigencias del mercado laboral y profesional marcando el camino para el logro de los niveles esperados.

La Facultad de Ciencias Económicas al establecer las prácticas pre-profesionales o pasantías estaría promoviendo en el estudiante de economía su mayor competitividad dentro del mercado laboral y la creación formal de un departamento para el desarrollo de las prácticas tiene importancia en el campo laboral, que es cada vez más exigente, en donde se requiere mayor experiencia y liderazgo. Esta nueva actividad le permitirá al alumno relacionarse en mejor forma con el mundo empresarial y perfeccionar su perfil de formación (teórico-práctico) e insertarlos en las empresas para la transformación de su entorno y del país.

Conociendo que existe un gran mercado competitivo es necesario el desarrollo de destrezas y habilidades en los estudiantes, por ende se propuso en el año 2015 la creación de la Unidad de Pasantías y Prácticas Preprofesionales donde los estudiantes del último año se vinculen activamente al mercado laboral.

Prácticas preprofesionales

Las prácticas las entendemos como situaciones didácticas a través de simulaciones que se van acercando a las Prácticas Profesionales reales, se realizan en el aula universitaria o extra aula, en laboratorios, salas taller, etc. (Sayaga Quintana, 2002, pág. 19). Se puede considerar a las prácticas como situaciones a las que se exponen a los estudiantes con el fin de aplicar sus conocimientos en la realidad.

Fundamentación legal

El tema de investigación se fundamentó desde una perspectiva legal en los artículos 87 y 88 de la Ley Orgánica de Educación Superior; estos artículos de la ley versan sobre los “requisitos previos a la obtención del título, los y las estudiantes deberán acreditar servicios a la comunidad mediante pasantías y prácticas preprofesionales, debidamente monitoreadas, en los campos de su especialidad, de conformidad con los lineamientos generales definidos por el Consejo de Educación Superior. Dichas actividades se realizarán en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones públicas y privadas relacionadas con la respectiva especialidad” (Ley Organica de Educacion Superior, Octubre 2010, pág. 17).

“¿Cuáles son las competencias que demanda el mercado laboral?, La organización del futuro se creará en torno a las personas. Se dará mucho menos importancia a los puestos de trabajo como elementos esenciales de las organizaciones. Esto quiere decir que se empezará a poner mayor interés en las competencias de las personas. Si se utiliza personas como elementos para crear

las organizaciones, éstas las formaremos en torno a “lo que esas personas aportan”, en otras palabras: sus competencias”. (Hooghiemstra, 2004, pág. 29).

Estas competencias pueden ser: liderazgo del cambio, delegación, trabajo en equipo, motivación para buscar información y capacidad de aprender. Por lo que la Facultad de Economía debe potenciar estas competencias que actualmente demanda el mundo laboral actual.

Funciones de la docencia

Según el Reglamento de Carrera y Escalafón de la Universidad de Guayaquil en su artículo 6, se consideran actividades de docencia:

- Impartir clases
- Preparación y actualización de clases presenciales, virtuales o en línea
- Diseño y elaboración de libros, material didáctico, guías docentes o syllabus
- Dirección, seguimiento y evaluación de prácticas y pasantías profesionales;
- Preparación, elaboración, aplicación y calificación de exámenes, trabajos y prácticas;
- Dirección y tutorías de trabajos para la obtención del título, con excepción de tesis doctorales o de maestrías de investigación,
- Dirección y participación de cursos de educación continua o de capacitación y actualización;

A continuación se presentan los resultados de una evaluación del proceso de la práctica pre-profesional de los estudiantes de la Carrera de Economía de la Universidad de Guayaquil, se propone la estructura y elementos más importantes para la creación de la Unidad de Pasantías y Prácticas Preprofesionales.

2. DESARROLLO

Metodología

El tipo de investigación que se realizó es un trabajo de diagnóstico exploratorio, descriptivo, evaluativo. Para esta investigación se utilizaron los procedimientos de selección de la población, utilización de la muestra, procesamiento de datos y recolección de la información. La población del estudio consta de las autoridades, docentes y alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas, tal como consta en la Tabla 1.

Tabla 1
CUADRO DE LA POBLACIÓN

INFORMANTES POBLACIÓN PORCENTAJE		
ESTUDIANTES	492	94.62%
DOCENTES – AUTORIDADES	28	5.38%
TOTAL	520	100%

Fuente: Datos de la Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas
Elaborado por: El autor

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{N \varepsilon^2 + Z^2 \sigma^2}$$

Dónde: **N**: Tamaño de la población; **Z**: Distribución normal; **σ**: desviación estándar; **E**: error de estimación.

$$n = \frac{520 (1.64)^2 (1.6)}{0,05^2 (496) + 1,64^2 (1.6)^2} n = 464$$

Tabla 2
CUADRO DE INVOLUCRADOS

INFORMANTES PORCENTAJE MUESTRA	
ESTUDIANTES	94.62% 439
DOCENTES – AUTORIDADES	5.38% 25
TOTAL	100% 464

Fuente: Datos de la Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas.
Elaborado por: El autor

Instrumentos de la investigación

El instrumento que se utilizó es la encuesta y la entrevista. En la mayoría de las preguntas de la encuesta se utilizó la escala de estimación (Likert).

La encuesta fue tomada en la Universidad de Guayaquil, se tomó una muestra de 464 estudiantes del tercer y cuarto año de la carrera de Economía. La entrevista se realizó al Director del departamento de Vinculación quien comentó respecto a la estructura de las pasantías que se ha venido realizando hasta el periodo lectivo 2013 - 2014, la forma de evaluación de las mismas e inclusive la importancia de un departamento que se encargue de realizar convenios con las instituciones públicas y privadas.

Resultados de las encuestas realizadas a los estudiantes, docentes, autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas

A continuación se presentan los resultados de la encuesta y entrevista realizada y al final un resumen y análisis de los mismos, Tablas de la 3 a la 10.

Tabla 3
GÉNERO

VÁLIDOS	FR	%	VÁLIDO	%ACUMULADO
HOMBRE	92	19,8	19,8	19,8
MUJER	372	80,2	80,2	100,0
TOTAL	464	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada en la Facultad de Ciencias Económicas.
Elaborado por: El autor

Tabla 4
EDAD

VÁLIDOS	FR	%	VÁLIDO	ACUMULADO
18 A 23	305	65,7	65,7	65,7
23 A 28	68	14,7	14,7	80,4
28 A 32	44	9,5	9,5	89,9
32 A MAS	47	10,1	10,1	100,0
TOTAL	464	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada en la Facultad de Ciencias Económicas.
Elaborado por: El autor

Tabla 5
OCUPACIÓN

VÁLIDOS	FR	%	VÁLIDO	ACUMULADO
ESTUDIA	224	48,3	48,3	48,3
ESTUDIA Y TRABAJA	240	51,7	51,7	100,0
TOTAL	464	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada en la Facultad de Ciencias Económicas.
Elaborado por: El autor

Tabla 6
CONOCIMIENTO DE DEPARTAMENTO DE PASANTÍAS

VÁLIDOS	FR	%	VÁLIDO	ACUMULADO
SI	108	23,0	23,0	23,28
NO	356	77,0	77,0	100,00
TOTAL	464	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada en la Facultad de Ciencias Económicas.
Elaborado por: El autor

Tabla 7
ÁREA DE DESEMPEÑO DE LAS PRÁCTICAS

VÁLIDOS	FR	%	VÁLIDO	ACUMULADO
ECONOMIA	24	4,0	4,0	5,17
ADMINISTRACION	13	3,0	3,0	7,97
SECRETARIADO	123	27,0	27,0	34,48
OTRAS	304	66,0	66,0	100,00
TOTAL	464			

Fuente: Encuesta realizada en la Facultad de Ciencias Económicas.
Elaborado por: El autor

Tabla 8
TIPO DE EMPRESA A REALIZAR LAS PASANTÍAS O PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

VÁLIDOS	FR	%	VÁLIDO	ACUMULADO
PRIVADA	97	20,9	20,9	20,9
PÚBLICA	218	47,0	47,0	67,9
INDIFERENTE	149	32,1	32,1	100,0
TOTAL	464	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada en la Facultad de Ciencias Económicas.
Elaborado por: El autor

Tabla 9
RESUMEN DE RESPUESTAS SEGÚN ESCALA DE LIKERT

PREGUNTA	R1	R2	R3	R4
¿Está Ud. de acuerdo que el departamento de vinculación con la comunidad maneje las pasantías de los estudiantes además de las gestiones que debe de realizar?	29,1	36,4	26,1	8,4
¿Considera Ud. que el departamento de vinculación con la comunidad en referencia a las prácticas o pasantías que debe realizar (ó supervisar) le ha proporcionado toda la información necesaria?	19,6	50,6	26,5	3,2

¿Considera apropiada la creación de una unidad de pasantías o prácticas preprofesionales dentro de la Facultad de Ciencias Económicas?	3,0	16,6	34,7	45,7
¿Cree Ud. importante que los estudiantes realicen pasantías para fortalecer sus procesos de formación?	6,5	17,7	26,7	49,1
¿Considera que está en desventaja con los estudiantes de otras universidades, que si poseen un departamento de pasantías?	20,5	39,0	35,8	4,7
¿Considera Ud. que los convenios de pasantías o prácticas preprofesionales con las empresas públicas o privadas deben ser gestionados por los estudiantes?	13,8	45,7	37,9	2,6
¿Considera que la aplicación de las pasantías o prácticas preprofesionales contribuyen a mejorar las habilidades, destrezas que Ud. necesita para ser competitivo el mercado laboral?	9,9	38,8	45,5	5,8
¿Considera que un departamento de pasantías contribuirá a que los estudiantes apliquen los conocimientos aprendidos en el transcurso de la carrera?	3,7	11,4	20,7	64,2
¿Cree Ud. que la formación que perciben en las aulas los estudiantes (teórico- práctico), los prepara para el competitivo mercado laboral?	62,7	10,8	15,1	11,4
¿Piensa Ud. que un departamento (unidad) de pasantías o prácticas preprofesionales que implementen tutores es un factor importante a la hora de validar el desempeño en la empresa donde el estudiante realizó las pasantías?	3,0	12,9	20,9	63,1
¿Considera Ud. que poseen los estudiantes dificultades para poder realizar un convenio de pasantías con las diferentes instituciones públicas o privadas?	4,1	8,8	30,8	56,3
Usted considera que existen inconvenientes para ingresar a laboral en el medio empresarial por la falta de contactos, debido a su nivel socio-económico de los estudiantes.	4,3	7,5	28,2	59,9
Los contenidos impartidos en las diferentes asignaturas del pensum de estudios (MALLA CURRICULAR) corresponden a las necesidades que requieren las empresas actualmente.	11,4	35,6	37,3	15,7
Estaría de acuerdo que exista un departamento o unidad de pasantías la cual le asigne la empresa en la que debe realizar sus pasantías.	15,1	17,7	34,7	32,5
Considera necesario realizar cursos de actualización en temas tributación, programas informáticos, normas de calidad, entre otros, antes de iniciar sus prácticas pre-profesionales.	3,7	10,6	15,3	70,5
Ud. considera que debe existir una correcta articulación de las pasantías o prácticas preprofesionales con las cátedras impartidas en el transcurso de la carrera.	,9	6,9	27,8	64,4
Considera que un departamento o unidad de pasantías debe entre sus funciones velar por el cumplimiento del tipo de relación jurídica que establezca en el convenio de pasantías que firma el estudiante con el sector empresarial.	3,0	8,0	26,9	62,1
Considera que el departamento de vinculación debe firmar convenios de pasantías de carácter contractual y con dependencia salarial en empresas públicas y privadas.	9,7	17,7	72,6	38,7

Considera Ud. que luego de desarrollar sus pasantías o prácticas preprofesionales, mejorará su expresión oral, escrita e inclusive el manejo de paquetes informáticos.	6,5	29,7	41,6	22,2
Está de acuerdo en que las autoridades deben propiciar reuniones entre la Universidad y las empresas, para en unión solidaria analizar la formación de los estudiantes en base a las necesidades de la empresa y la sociedad.	4,5	10,6	22,2	62,7

Fuente: Encuesta realizada en la Facultad de Ciencias Económicas.

Elaborado por: El autor

Nota: R1: T. EN DESACUERDO, R2: DESACUERDO, R3: DE ACUERDO, R4: TOTALMENTE DE ACUERDO

Tabla 10

RESUMEN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS

HIPÓTESIS	MEDIO DE COMPROBACIÓN	RESUMEN Y ANÁLISIS
Más del 65% de los encuestados desconoce sobre el papel de prácticas preprofesionales o en su proceso de formación.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ENCUESTA (preguntas n° 4, 5, 6, 9) ▪ ENTREVISTA 	<p>Podemos apreciar de las respuestas producto de la encuesta lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ El 77% de los encuestados no conoce de la existencia de un departamento de pasantías que se encargue de la gestión o elaboración de convenios con instituciones públicas y privadas. ▪ Un 70.3% consideran que no han recibido la información requerida para el desarrollo o supervisión de las pasantías laborales. ▪ Los estudiantes desconocen que los estudiantes deben cumplir con este requisito para graduarse, por ende no buscan información sobre el proceso de pasantías.
Si se crea una unidad de pasantías o prácticas preprofesionales dentro del departamento de vinculación mejorará el sistema de prácticas que actualmente maneja la Facultad de Economía	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ENCUESTA Preg. N° 7, 8, 10, 14, 18, 21 	<p>Podemos apreciar de las respuestas producto de la encuesta lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Un 67.24% de los estudiantes encuestados considera importante que el departamento o unidad de pasantías les asigne las empresas en las cuales deben de desempeñar sus pasantías. ▪ El 80.30% de los informantes (8 de cada 10 encuestados) consideran necesaria la creación de unidad de pasantías dentro de la Facultad de Ciencias Económicas. ▪ El 75.86% de los encuestados entre estudiantes y docentes (aprox. 3 de cada 4 encuestados) consideran que las pasantías

HIPÓTESIS	MEDIO DE COMPROBACIÓN	RESUMEN Y ANÁLISIS
		<p>están encaminadas a fortalecer sus procesos de formación profesional.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aproximadamente el 89% de los encuestados, consideran indispensable que exista un departamento de pasantías que vele por el cumplimiento de los derechos de los estudiantes según la relación jurídica que se firme en el acuerdo de pasantías entre empresa- IES-estudiantes.
<p>Las prácticas preprofesionales o pasantías brindaran al estudiante las competencias adicionales al proceso de formación que demanda el mercado laboral para su inserción optima en el mercado laboral</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ENTREVISTA ▪ ENCUESTA (preg. N° 11, 12, 13, 20, 23) 	<p>Podemos apreciar de las respuestas producto de la encuesta lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ De los estudiantes encuestados el 51.3% consideraron que las pasantías les permitirá desarrollar las destrezas, habilidades que demanda actualmente el mercado laboral. ▪ Al referirse a si un departamento de pasantías contribuye a que los estudiantes apliquen los conocimientos aprendidos a lo largo de la carrera el 84.91% de los informantes estuvo de acuerdo. ▪ De los estudiantes encuestados el 73.5% afirma que la enseñanza que se imparte en las aulas de clases no los prepara por completo para la gran competencia que existe en el mercado laboral. ▪ El 92.24% de los estudiantes están de acuerdo que es necesario que las pasantías se articulen o correlacionen perfectamente con los cátedras que han recibido durante sus años de estudio. ▪ El 63.79% considero que el desenvolvimiento en las pasantías es un factor que ayuda a mejorar la expresión oral, escrita y el manejo de las TIC's en los estudiantes.

Fuente: Encuesta realizada en la Facultad de Ciencias Económicas.
Elaborado por: El autor

Diagnóstico general

Actualmente los estudiantes deben cumplir con una serie de requisitos, los cuales contribuyen en su proceso de formación, entre estos requisitos se encuentran las pasantías o prácticas preprofesionales, por ende es importante promover el correcto desempeño dentro de las mismas, es así que dentro del proceso de investigación se detectó que:

- Existe una alta desmotivación por parte de los estudiantes a realizar las prácticas, debido a que no cuentan con el tiempo necesario para dedicar horas a esta actividad.
- Por ser una institución de educación del Estado más del 50% se encuentra laborando lo que implica, que para realizar sus prácticas o pasantías en algunos casos deben de abandonar su fuente de trabajo actual.
- No existe una normativa que permita que el puesto al cual asiste el estudiante en la empresa sea exclusivamente relacionado al área de estudio en la que se encuentra estudiando.
- Aproximadamente, el 72% de los estudiantes, desconocen la importancia de desarrollar habilidades y competencias dentro de las pasantías, y las consideran sólo un requisito, y no un aporte al resultado que se espera de su proceso de formación.
- De los estudiantes encuestados el 51.3% consideraron que un modelo que permita a las autoridades gestionar las pasantías les permitirá desarrollar las destrezas, habilidades que demanda actualmente el mercado laboral.
- El 84.91% de los informantes estuvo de acuerdo en que un departamento de pasantías contribuirá a velar por que los estudiantes apliquen los conocimientos aprendidos a lo largo de la carrera.
- Cabe recalcar que el 73.5% afirmó que la enseñanza que se imparte en las aulas de clases no los prepara por completo para la gran competencia que existe en el mercado laboral debido a que no existe relación entre las materias y la praxis profesional.
- El 63.79% consideró que el desenvolvimiento en las pasantías es un factor que ayuda a mejorar la expresión oral, escrita y el manejo de las TIC's en los estudiantes.

Propuesta

El Reglamento de la LOES (Ley Orgánica de Educación Superior), en su artículo 7, menciona:

Art. 7.- De los servicios a la comunidad.- Los servicios a la comunidad se realizarán mediante prácticas y pasantías preprofesionales, en los ámbitos urbano y rural, según las propias características de la carrera y las necesidades de la sociedad. La SENESCYT establecerá los mecanismos de articulación de los servicios a la comunidad con los requerimientos que demande el Sistema de Nivelación y Admisión, en coordinación con las instituciones de educación superior públicas (Reglamento ley de Educacion Superior, 2011, pág. 3).

La unidad de pasantías estaría encargada dentro del departamento de vinculación de todas las tareas inherentes al proceso de vinculación estudiante – empresa, así como también se encargará de gestionar las actividades de los tutores (docentes y empresas) a fin de procurar que los estudiante cumplan con los objetivos de formación establecidos por la Institución de Educación Superior (IES).

En la Figura 1 se plantea la siguiente estructura organizacional que involucra la creación de la Unidad de Pasantías y Prácticas Preprofesionales.

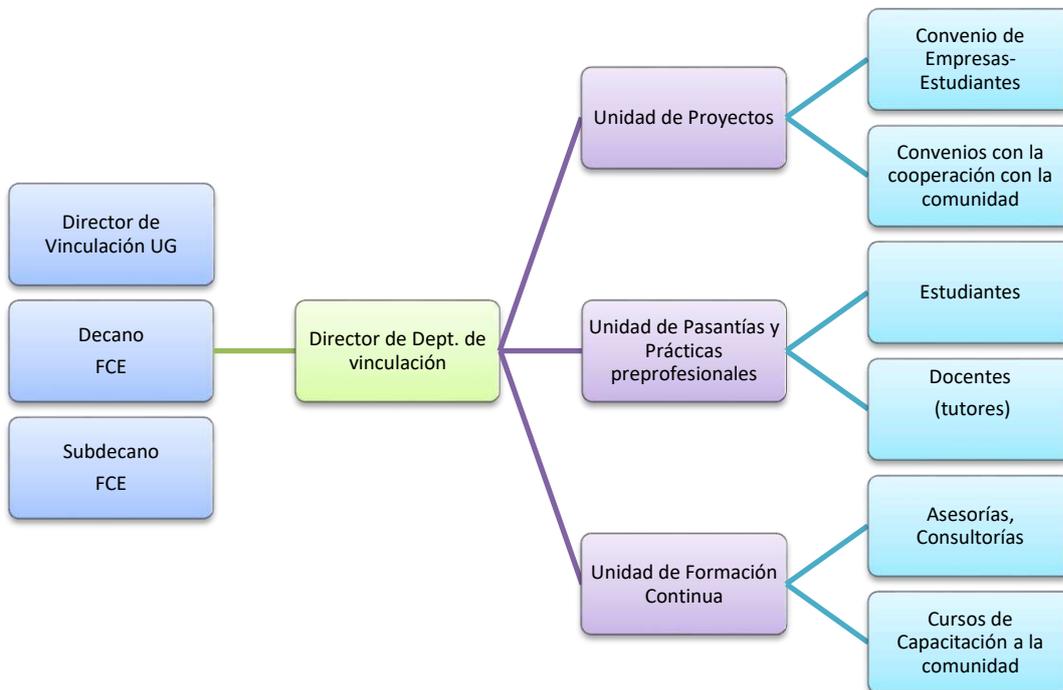


Figura 1: ORGANIGRAMA PROPUESTO QUE INCLUYE A LA UNIDAD DE PASANTÍAS Y PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

Fuente y elaboración: El Autor.

La Unidad de Pasantías y Prácticas Preprofesionales estaría bajo la dirección de las autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas, es necesario un Director del Departamento de Vinculación, el cual tendrá bajo su responsabilidad tres unidades, los cuales se encargarían de la gestión de proyectos sociales y comunitarios, la gestión de las pasantías y prácticas preprofesionales y la de gestión de formación continua.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Del proceso de investigación realizado en la Facultad de Ciencias Económicas podemos realizar las siguientes conclusiones:

- Existe un alto nivel de desconocimiento sobre la importancia de las prácticas pre-profesionales o pasantías en los estudiantes y en los docentes de la Facultad de Economía.
- Actualmente no existe un convenio marco suscrito entre la Universidad de Guayaquil y el sector empresarial sea público o privado.
- Debido a las normativas legales que existen en el país y las empresas no están muy comprometidas con el proceso de las pasantías de los estudiantes de las universidades.

- La Universidad no ha designado un presupuesto apropiado para realizar coberturas de salud en los estudiantes mientras desempeñan sus pasantías o prácticas pre-profesionales.
- El perfil de egreso de los estudiantes no los prepara para todas las exigencias que demanda el mercado laboral.
- No existe una correcta difusión del proceso de las pasantías a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas.
- Los estudiantes no tienen un correcto manejo de la comunicación oral, escrita u ofimática.
- Las asignaturas no muestran un enfoque integrador entre la praxis profesional y los conocimientos teóricos que demanda la profesión.
- Las empresas privadas no cuentan con un tutor o par profesional que sirva de orientación en el desempeño del estudiante.
- No existe motivación en los estudiantes, ni en los docentes para vincularse al proceso de pasantías o prácticas pre- profesionales
- La Universidad no cuenta con objetivos y metas desempeño de competencias laborales – estudiantiles por cada área o carrera que se imparte en la Universidad de Guayaquil.

Recomendaciones

Luego del estudio realizado se recomienda lo siguiente:

- Difundir la importancia de las prácticas preprofesionales o pasantías en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas.
- Realizar mayores convenios suscritos entre la Universidad de Guayaquil y el sector empresarial sea público y privado.
- Determinar las normativas en consenso con el Ministerio de Relaciones Laborales a fin de gestionar convenios empresas - universidades estatales para las pasantías o prácticas de los estudiantes en las mismas.
- Concientizar a la universidad de la importancia de un seguro estudiantil a fin de garantizar o prevenir algún riesgo en la salud de los /as estudiantes de la Universidad de Guayaquil.
- Rediseñar el perfil de egreso de los estudiantes, para que este les permita desempeñarse competentemente en el ámbito laboral.
- Diseñar un modelo de gestión que facilite proceso de las pasantías a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas.
- Realizar seminarios de capacitación y actualización para correcto manejo de la comunicación oral, escrita u ofimática.
- Diseñar una estructura de asignaturas que permitan integrar la praxis profesional y los conocimientos teóricos que demanda la profesión.
- Promover la implementación de pares de trabajo en las empresas con las cuales se realicen convenios de pasantías o prácticas pre- profesionales.
- Diseñar un modelo de gestión de las prácticas o pasantías para motivar tanto en los estudiantes como en los docentes a vincularse al proceso de pasantías o prácticas pre- profesionales.
- Establecer objetivos y metas desempeño en las competencias laborales – estudiantiles por cada área o carrera que se imparte en la Universidad de Guayaquil.
- Crear la Unidad de Pasantías y Prácticas Preprofesionales.

3. BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA, María Cristina, VUOTTO, Mirta. (2011). LA PASANTIA COMO RECURSO DE Aprendizaje Dentro De Las Organizaciones: La Percepción de los Estudiantes Universitarios, tesis Doctoral.
- ALBA, Francisco. (2000). Una Metodología Para El Análisis Y Optimización De Modelos Para Evaluar La Calidad De Las Enseñanzas, Tesis Doctoral. Departamento De Ingeniería Mecánica y Fabricación, Escuela Superior de Ingenieros Industriales.
- ALBORNOZ, Orlando. (1991). La Mecánica del Saber. Caracas, Venezuela: Fondo Editorial Tropykos.
- ARIAS, Fidias G. (2006). Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica (5ª ed). Caracas: Editorial de la Universidad de Granada.
- BOHLANDER, George, Snell, Scott. (s.f.). Administración de los Recursos Humanos. México: CENGAGE Learning Inc., México 14ª Edición.
- Chiavenato. (1980). Administración de los Recursos Humanos. Colombia 5ª edición: Mc Graw Hill.
- Hooghiemstra. (2004). Las competencias una propuesta hacia lo laboral.
- Ley Orgánica de Educación Superior. (Octubre 2010). *Registro Oficial*. Quito, Ecuador: Suplemento de la Función Ejecutiva.
- Reglamento ley de Educación Superior. (2011). Reglamento ley de Educación Superior. *LOES*, 3.
- Sayaga Quintana. (2002). Sayaga Quintana. 19.

026. ESPACIO DE APOYO AL B-LEARNING HACIENDO USO DE LA HERRAMIENTA DE VIDEO-STREAMING RED51 EN LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE FILOSOFIA

Autores:

MSC. TERESA MIRIAN SANTAMARIA LOPEZ

teresa.santamarial@ug.edu.ec

ING. FRANCISCO GABRIEL BRAVO VILLAGOMEZ

francisco_gabriel84@hotmail.com

MSC. WILLIAM GIOVANNY TORRES SAMANIEGO

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL - ECUADOR

RESUMEN

El Video-Streaming es una de las tecnologías que hoy en día tiene repercusiones importantes en ámbitos como la educación y la salud, gracias a las facilidades que ofrece para el acceso a contenidos multimedia de manera remota, en vivo o en diferido, lo que posibilita la comunicación de forma independiente a la ubicación. Aunque existen herramientas de escritorio y en línea que permiten el soporte de esta tecnología, éstas vienen ligadas por lo general a aplicaciones propietarias. En este artículo se presenta un escenario tecnológico de apoyo al B-Learning, mediante la herramienta libre Red5, la cual permite el despliegue de servicios basados en Video-Streaming, sin restricciones comerciales. Mediante el escenario propuesto, se realizaron 2 experimentos diferentes en los cursos presenciales de Programación y Compiladores, del Programa de Informática de la Universidad de Guayaquil Facultad de Filosofía. En cada experimento se hizo uso de la tecnología de Video-Streaming, para impartir de modo remoto una temática determinada de los cursos; posteriormente, con ayuda de una encuesta, se buscó evaluar el grado de aceptación y beneficio percibido por los estudiantes al hacer uso de la herramienta Red5. Las pruebas realizadas permiten concluir que el escenario propuesto tiene un buen grado de aceptación por parte de los estudiantes, quienes lo consideran una alternativa interesante para complementar las clases presenciales; sin embargo, aún se requiere adaptar este tipo de tecnologías a las necesidades de cada campo de acción, aspecto posible en herramientas libres como Red5, gracias a sus posibilidades de personalización.

Palabras clave: B-Learning, Red5, Video-Streaming, educación, espacio.

Abstract

The video streaming is one of the technologies that today has important implications in areas such as education and health, thanks to the facilities provided for access to multimedia content remotely, live or deferred, enabling communication independently of the location. Although there are desktop tools and online that allow support of this technology, they are usually tied to proprietary applications. This article describes a scenario technological support for the B-Learning is presented by Red5 free tool, which enables deployment based video streaming without trade restrictions services. Through the proposed scenario, 2 different experiments in classroom courses and Compilers, Computer Science Program at the University Of Guayaquil School Of Philosophy were made. In each experiment made use of video streaming technology to remotely provide a particular subject of the courses; later, with the help of a survey, we sought to assess the degree of acceptance and perceived benefit students by making use of Red5 tool. The tests support the conclusion that the proposed scenario has a good degree of acceptance by students, who consider it an interesting alternative to complement the actual classes; however, still it required to adapt these technologies to the needs of each field of action, possible appearance on free tools like Red5, thanks to its customization possibilities.

Keywords: B -Learning, Red5, Video - Streaming, education, space.

Introducción

Las tecnologías de información y comunicación (tic) están llamadas a impactar los nuevos escenarios educativos tradicionales en pro del aprendizaje. Su importancia radica en las transformaciones que involucran la manera de enseñar, la manera de aprender y de la misma forma los roles del maestro y el estudiante, al igual que los objetivos de formación para los estudiantes ya que éstos tendrán que formarse para poder utilizar, producir y usar las herramientas tic (Rojas Moreno, 2010). La incorporación del aprendizaje combinado (Blended Learning) constituye una propuesta metodológica interesante que permite la integración de apropiadas prácticas pedagógicas en conjunto con las últimas tecnologías para entornos virtuales de aprendizaje (Hengfa & Yang, 2011); de otro lado, la aplicación del B-Learning tiene un campo extenso: se mejora la interacción entre el maestro-estudiante, aumenta la atención del estudiante y la motivación, entre otros factores (Urbano, 2009). Esto a su vez conlleva a desafíos para las distintas teorías de la enseñanza y aprendizaje, pues se pasa de estar centrado en el docente a un enfoque en el estudiante, y de esta forma el estudiante no sólo estaría construyendo el conocimiento sino también desarrollaría sus formas de pensamiento (Escontrela & Stojanovic, 2004).

Con base en los estudios realizados en Vazquez (2009) y Serrano (2010), si además de contar con el acceso a los recursos educativos que proveen los entornos virtuales de aprendizaje, tales como: presentaciones, foros, blogs, etc.; se hace uso de recursos multimedia de video soportados en el servicio de Video-Streaming en vivo o en diferido, hay mayor probabilidad de apropiación del conocimiento, ello teniendo en cuenta que los estudiantes pueden reproducir la explicación del docente el número de veces que lo desee, desde cualquier ubicación y en cualquier momento.

Asimismo, los contenidos multimedia tienen una ventaja importante sobre el resto de recursos de apoyo l b-learning, puesto que contienen imagen, audio y texto. En este trabajo se propone un escenario tecnológico basado en el uso de la herramienta libre Red5, el cual puede ser tenido en cuenta para apoyar el aprendizaje vía b-learning. Este escenario tiene como principal aporte la posibilidad de apoyar cursos semi-presenciales mediante transmisión en vivo o en diferido de clases, utilizando una herramienta libre, fácil de instalar, fácil de consumir desde un navegador web y extensible para el desarrollo de módulos adicionales que puedan complementar el contenido multimedia. El escenario tecnológico propuesto fue evaluado mediante dos experimentos de enseñanza a distancia, realizados sobre el curso de Programación y el Curso de Compiladores, del Programa de Informática de la Universidad de Guayaquil. A partir de estos experimentos se obtuvo una realimentación por parte de los estudiantes y los docentes sobre la pertinencia del uso de este escenario como apoyo a cursos semipresenciales.

Este artículo asimismo está organizado de la siguiente forma: la primera sección sirve para presentar a grandes rasgos la justificación y los propósitos de nuestro ejercicio investigativo; en la sección 2 se presentan los conceptos y tecnologías tenidas en cuenta para la formulación del escenario de apoyo; en la sección 3 se muestran los diferentes componentes del escenario tecnológico y la manera como fueron dispuestos para la realización de los dos experimentos propuestos; en la sección 4 se describe el instrumento de evaluación usado para obtener la realimentación por parte de los estudiantes que participaron de los dos experimentos realizados; en la sección 5 se presenta el análisis de los resultados obtenidos tras la aplicación del instrumento de evaluación y, finalmente, en la sección 6 se muestran las conclusiones obtenidas con el presente trabajo y los trabajos futuros por realizar.

Terminología

En esta sección se presentan los conceptos que se tuvieron en cuenta para el desarrollo de esta investigación, entre ellos: B-learning, Videoconferencia, Video-Streaming y Red5. B-learning: Tradicionalmente, desde el surgimiento de las nuevas tecnologías de apoyo a la formación, la educación a distancia se ha vinculado a la teleducación, en la cual el espacio de aprendizaje no se limita al espacio físico sino también al espacio virtual, convirtiéndose así en una herramienta poderosa que ha permitido incrementar la calidad de los procesos formativos a distancia. Aquí surge el b-learning (forma abreviada de blended-learning), que corresponde a un tipo de teleducación en donde existe un determinado grado de presencialidad en la interacción profesor y estudiantes, a diferencia de la teleducación tradicional la cual es completamente virtual (Urbano, 2009).

Diferentes son las definiciones que se encuentran alrededor de b-learning; sin embargo, se puede entender como una combinación de los ambientes de aprendizaje tradicionales con los ambientes de aprendizaje web (Brown, 2003). Es importante resaltar que:

- Un ambiente de b-learning integra las ventajas de los métodos de teleducación con algunas ventajas del método tradicional que ante todo es la interacción cara a cara (Fin & Bucci, 2004).

- Los ambientes de teleducación aseguran la flexibilidad y eficacia que no se puede encontrar en un aula de clase mientras que los ambientes de aprendizaje presencial proveen la interacción social, la cual es requerida para el aprendizaje.

- B-learning soporta todos los beneficios de la teleducación incluyendo reducción de costos, eficiencia en el tiempo e independencia de la ubicación, como también el entendimiento personal y la motivación que permite la interacción cara a cara.

Videoconferencia: es un servicio multimedia que permite la interacción entre personas situadas en lugares alejados entre sí, a través del uso de las tic (Chacón, 2003).

La videoconferencia obedece a un modelo de educación a distancia síncrona en donde la interacción entre docentes y estudiantes se da en tiempo real, pero utilizando algún medio de comunicación a distancia. En este modelo se logra una presencia virtual en la que docentes y estudiantes interactúan cara a cara, mediante una pantalla de computador u otro medio similar, pudiendo realizar todas las interacciones que se dan en presencia real.

En función de la tecnología utilizada, la videoconferencia permite el uso de otras herramientas, tales como la pizarra electrónica, presentaciones en PowerPoint, autoevaluaciones, entre otras. Al realizar videoconferencias existen recomendaciones que se deben tener en cuenta (Bernández, 2007):

La duración máxima recomendada de una videoconferencia es de 60 minutos

- El docente debe trabajar en equipo con otra persona, de modo que uno pueda atender a la presentación general y otro a las consultas o problemas generales
- El docente debe preparar una gama de preguntas y actividades participativas extra que mantengan la atención y permitan el aprendizaje grupal
- Es fundamental controlar la propia imagen y asegurarse de tener un fondo que no distraiga a los participantes, como por ejemplo un telón o pared blanca, u otros elementos estáticos.

Video-Streaming: es una tecnología, cuyo objetivo es la retransmisión de contenidos multimedia, los cuales pueden ser visualizados en el cliente software a medida que la información vaya siendo recibida en su destino. Su utilización tiene sentido en red ,ya que a pesar de que este formato puede ser reproducido desde el propio disco duro, será de mayor utilidad cuando sea reproducido en un computador conectado a través de una red de área local, amplia o la misma Internet.

El Video-Streaming es unidireccional, es decir, un punto debe disponer la cámara web, así como de micrófono para transmitir el video y el audio respectivamente, de tal manera que cualquier otro usuario acceda a esta información desde su navegador web, entrando en la página de acceso, cuyo proceso debe ser transparente al usuario. La videoconferencia por su parte es bidireccional, ya que los dos puntos necesitan el software y el hardware preciso para transmitir su información, es decir, ambos requieren tener instalada una cámara web, un

micrófono y unos altavoces, así como un programa que tolere emitir y recibir esa información, la cual viajará en los dos sentidos (Soto Vázquez & Barrio Sara, 2009).

Red5: Red5 Open Source Flash Server, es un servidor de video escrito en el lenguaje Java, para la transmisión continua de Audio, Video y Datos, con el fin de crear aplicaciones interactivas de alto rendimiento, como los servicios de chat, de streaming de Video, o juegos en línea multijugador. Por lo tanto, Red5 se erige como una solución sólida para el soporte de Video-Streaming en escenarios de todos tamaños, incluyendo el empresarial. De manera particular ofrece streaming de audio y video bajo formato FLV y MP3, grabación del streaming del cliente en formato FLV y publicación de streaming en vivo bajo el códec H.264. Dado que es un servidor desarrollado y ejecutado sobre Java es necesario instalar el Java Runtime Environment (jre), con el objeto de asignar la ruta en donde el jre fue instalado. Además el servidor trabaja con el protocolo rtmp (Real Time Messaging Protocol) a través del cual se comunica con el plugin de flash del navegador web (Wang & Xu, 2010).

Escenario de apoyo: en esta sección se describen los diferentes componentes tecnológicos que hacen parte del escenario de apoyo propuesto en este artículo; asimismo, se presenta la forma como éste fue dispuesto para la aplicación de los experimentos mencionados en dos cursos presenciales de Informática de la Facultad de Filosofía.

Se debe resaltar que dicho escenario tecnológico se propone como apoyo en ambientes de b-learning, debido a que la Universidad de Guayaquil, a través de univida, dependencia que maneja la educación a distancia, viene explorando el manejo de la presencialidad en conjunto con la virtualidad, contando ya con un sistema de gestión de contenidos, Moodle, y toda una estrategia pedagógica alrededor de la parte virtual. Sin embargo, se puede contar con herramientas adicionales como las de Video-Streaming que favorecen la interacción estudiante-docente, pues el profesor puede estar en un sitio remoto y trabajando en vivo con los estudiantes. De esta forma, el ambiente de b-learning se ve favorecido por el Video-Streaming, ayudando a subsanar un poco la sensación de soledad que experimenta el estudiante cuando trabaja desde la virtualidad.

Escenario tecnológico: el escenario tecnológico de apoyo al b-learning, consta básicamente de dos módulos funcionales que obedecen al modelo cliente-servidor (figura 1). El servidor es un computador con acceso a Internet, en el cual se ha instalado la herramienta libre multiplataforma Red5 y se ha dispuesto una cámara web

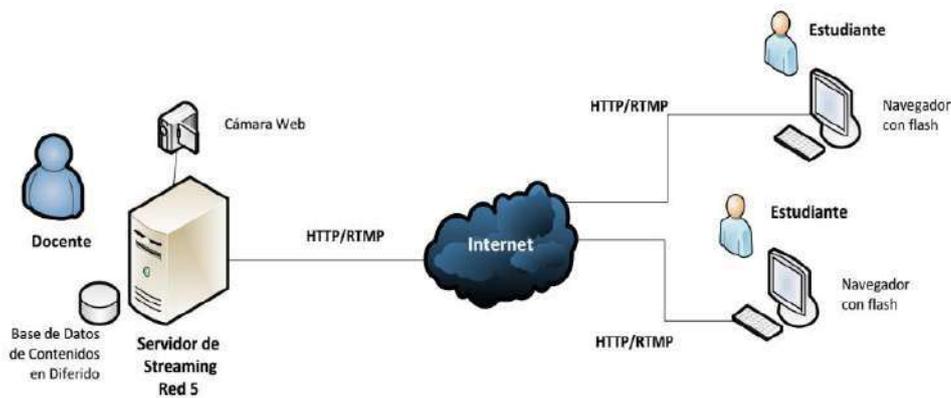


Figura 1. Escenario tecnológico

Fuente: Elaboración propia

Con micrófono incluido. Mediante la herramienta Red5 y usando el demo que viene por defecto en la herramienta llamado “Publisher”, se publica a través de una dirección url, el flujo de transmisión de la cámara web, de tal manera que esté disponible de manera pública en Internet.

El módulo cliente por su parte, está formado por un conjunto de computadores con acceso a Internet, desde donde se accede a través de un navegador web y mediante una dirección url, al flujo de video publicado en el lado del servidor. Este flujo de video es consumido por el navegador mediante el protocolo de Video-Streaming de Flash rtmp. A nivel funcional, en el lado del servidor el docente se encarga de impartir su clase, mientras que en el lado del cliente, los estudiantes acceden al flujo de video en vivo o pueden acceder a clases en diferido previamente grabadas, gracias a las características de grabación que provee Red5 en el lado del servidor.

Aplicación del escenario de apoyo: Partiendo del escenario tecnológico de apoyo al b-learning, presentado en la figura 1, se realizaron dos experimentos educativos sobre los cursos de Programación y Compiladores de la carrera de informática de la Universidad de Guayaquil Facultad de Filosofía. Los experimentos tuvieron por

Experimento 1

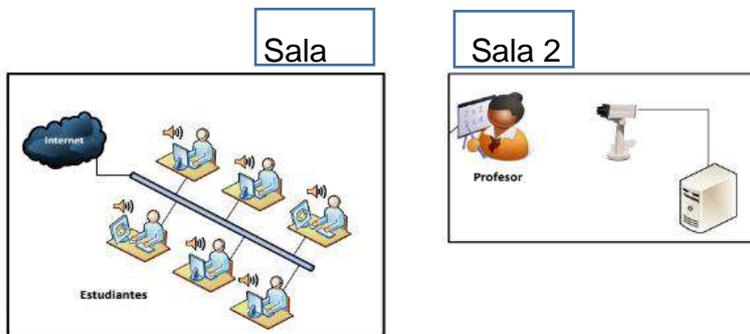


Figura 2. B-learning: escenario de experimentación en curso de programación.

Fuente: Elaboración propia.

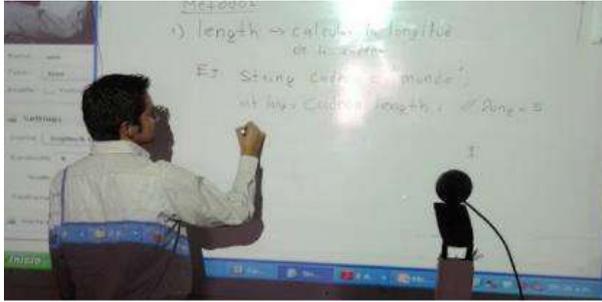


Figura 5. B-learning. En Curso de Compiladores.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 7. Sala 2 en Curso de Compiladores.
Fuente: Elaboración propia.

En la figura 5 se presenta el esquema del experimento realizado sobre el curso de Compiladores del curso de Informática en la Universidad de Guayaquil. Este experimento se realizó en dos salas diferentes; la primera tiene la misma configuración del experimento anterior, mientras que en la segunda, la transmisión fue recibida por los estudiantes del curso desde varios computadores con amplificación de audio y a través de un navegador web (véanse figuras 6 y 7). El tema que el docente del curso de Compiladores compartió de manera remota fue “Gramáticas libres de contexto para el análisis sintáctico”.

Metodología

Para la evaluación de los experimentos del escenario de apoyo al b-learning, así como para el alcance y grado de aceptación de los estudiantes sobre el uso de la herramienta de Video-Streaming Red5, se usó como instrumento de medición una encuesta, en la cual se aplicaron preguntas dicotómicas, preguntas cerradas pluricotómicas con opciones múltiples jerarquizadas y abiertas (véase figura 8). Vale la pena resaltar que la encuesta buscaba medir ante todo la percepción general sobre el uso de herramientas para Video-Streaming y en específico la experiencia o conocimiento previo en el uso de la herramienta de Video-Streaming Red5, como apoyo a la formación presencial. No se pretendía indagar en general acerca del uso de las tic pues los cursos con los que se realizaron los experimentos contaban con estudiantes del curso de Informática de la Universidad de Guayaquil desde sus primeros semestres interactúan con herramientas tic, tales como Internet, correo electrónico, sitios web, videobeam.

Una de las preguntas en la encuesta indaga acerca de si escogerían entre una clase tradicional o una clase impartida mediante herramientas de Video-Streaming como Red5, que había sido utilizada en el experimento en el que acababan de participar los estudiantes. Sin embargo, se aclara que para los estudiantes con quienes se hizo el experimento, en una clase tradicional el computador con acceso a Internet es parte del ambiente de formación. Por ello, hacer una clase donde el docente no estuviera físicamente, pero sí de manera virtual con la mediación de una herramienta de Video-Streaming, se constituiría en una nueva experiencia de formación.

De igual manera, se preguntó cuál era su grado de satisfacción para con el uso de la herramienta para Video-Streaming Red5.

Resultados

En esta sección se muestran los gráficos que representan los resultados de la aplicación del instrumento de evaluación de la figura 8, en los estudiantes de los cursos de Programación y Compiladores de la carrera de informática de la Universidad de Guayaquil.

En el gráfico 1 se muestra que un 76,92% de los estudiantes encuestados considera que es necesario el uso de los recursos tecnológicos en las aulas, y ello es reforzado por los resultados expuestos en el gráfico 2, en el que todos los encuestados consideran que los recursos tecnológicos favorecen el aprendizaje o la apropiación del conocimiento. Lo anterior encuentra explicación

1. Para usted, que importancia merece la utilización de recursos tecnológicos en las clases que recibe:
Necesaria Opcional No aplicable

2. Cree usted que los recursos tecnológicos favorecen la adquisición de aprendizajes?
Si No Porqué: _____

3. Conoce la herramienta tecnológica Red5 y su aplicabilidad a la universidad?
Si No

4. Que nivel de satisfacción tiene usted sobre la herramientas videostreaming Red 5 utilizada en la clase?
Satisfecho completamente Bastante insatisfecho Insatisfecho Satisfecho

5. Le gustaría que se utilizara la herramienta videostreaming Red 5 en sus clases:
Si No

Cuales asignaturas _____

6. Cual es el principal beneficio que le encuentra al uso de la herramienta, seleccione 3 en orden de importancia:

Facilidad para aprender	_____
Una metodología novedosa	_____
Aprendizaje más efectivo	_____
Capta tu atención en la clase	_____
Hace más interesante el estudio	_____
Facilita el estudio	_____

7. Recibió capacitación para el manejo de la herramienta videostreaming Red5
Si No

8. Si contestaste **NO** a la pregunta anterior responde: Fue fácil el acceso sin tener capacitación?
Si No

9. Considera usted e que la metodología utilizada mediante la herramienta videostreaming Red5 motiva el proceso de aprendizaje como estudiante
Si No

10. Se siente preparado para emprender estudios usando la herramienta libre videostreaming red5?
Si No

11. Si tuviera que escoger entre una clase tradicional y la clase que le presentamos hoy cual escogería? _____

12. Que aspectos resaltaría o cambiaría respecto a la experiencia obtenida el día de hoy en el salón de clase.

Figura 8. Instrumento de evaluación.
Fuente: Elaboración propia.

En el hecho que los estudiantes que participaron de los experimentos, además de ser nativos digitales, usan de manera muy frecuente las tecnologías de la información por las características del programa que estudian.



Gráfico 1. Importancia de los recursos tecnológicos.
Fuente: Elaboración propia.

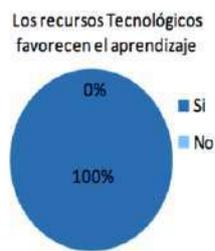


Gráfico 2. Favorecimiento del aprendizaje.
Fuente: Elaboración propia.

herramientas, que faciliten la interacción y realimentación del estudiante con el docente y con los temas estudiados.



Gráfico 3. Motivación del aprendizaje con Video-Streaming.
Fuente: Elaboración propia.



Gráfico 4. Preparación para las metodologías de enseñanza.
Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico 3 se muestra que un 69,23% de los estudiantes encuestados considera que el Video-Streaming motiva el proceso de aprendizaje, y ello es reforzado por los resultados del gráfico 4, en el cual el 84,62% de los encuestados indican que están preparados para las metodologías mixtas de aprendizaje, en las que el Video-Streaming desempeña el papel de apoyo a las clases presenciales.

Los anteriores resultados permiten concluir que existe una disposición favorable para el contenido multimedia con respecto a otras tecnologías que no hacen uso del Video-Streaming, lo cual encuentra explicación en la amplia popularidad por parte de los nativos digitales, por portales de contenidos multimedia como YouTube. A pesar de lo anterior es importante aclarar que la tecnología de Video-Streaming, debe ir acompañada de una serie de En el gráfico 5, se muestra que el 53,84% de los estudiantes encuestados están satisfechos con el uso de la herramienta de Video-Streaming Red5, lo que tiene explicación en el hecho de que esta es una herramienta del software libre, que aún se encuentra en desarrollo, y requiere mejorar los aspectos de interactividad entre docente y estudiantes y entre estudiante- estudiante. En el gráfico 6 por su parte, el 61% de los encuestados mostró su preferencia por una clase mediada por el Video-Streaming, con respecto a una clase presencial tradicional. Este resultado sugiere que en el caso particular de los cursos de Programación y Compiladores del programa de Ingeniería de Sistemas, podrían alternarse las sesiones presenciales con sesiones de Video-Streaming, por ejemplo para el apoyo de las sesiones de consulta, siendo este un paso intermedio en el diseño de un curso en modalidad b-learning.

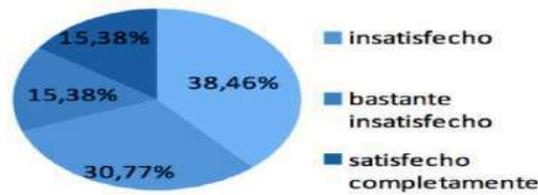


Gráfico 5. Satisfacción con la herramienta Red5.
Fuente: Elaboración propia.



Gráfico 6. Preferencias entre clase tradicional versus Video-Streaming.
Fuente: Elaboración propia.

A partir de lo anterior, es importante destacar que las herramientas de Video-Streaming, tales como Red5, pueden utilizarse en el ámbito educativo como tecnologías que posibilitan una mediación entre docente y estudiantes, pues ofrecen las siguientes ventajas, las cuales no se obtienen con otras herramientas tic: Despliegue de videos que pueden ser adaptados a diferentes tipos de estudiantes a través del uso del escenario de video en diferido. El servidor de Video-treaming automáticamente redireccionaría un video diferente según el estilo de aprendizaje de cada estudiante

El uso del escenario de video en vivo, cuando se trabaja bajo la modalidad de b-learning, ayuda a superar la distancia geográfica entre docente y estudiantes permitiendo la realización de sesiones de asesoría de manera síncrona y con el apoyo del video para hacer más claras las explicaciones, y de esta forma el estudiante podría preguntar a medida que se explica, igual a como se haría en una sesión presencial.

Conclusiones

Las tecnologías de Video-Streaming, bien sea trabajando en vivo o en diferido, se convierten en herramientas que apoyan los procesos de aprendizaje presenciales ya que permiten que en contextos específicos, como el de cursos teóricos o teórico-prácticos, el docente pueda tener flexibilidad de manejar la parte teórica utilizando las tecnologías de Video-Streaming. Lo anterior trae ventajas para el estudiante, ya que puede revisar el material de aprendizaje multimedia, cuantas veces quiera hasta que logre entenderlo, lo que no se puede hacer en una sesión presencial donde el estudiante queda sujeto a la única explicación que da el docente. El escenario 1 donde los estudiantes atienden al material de aprendizaje reunidos alrededor de un videobeam que transmite la clase del docente, simula muy de cerca lo que es una clase magistral. Este escenario se comprueba que tecnológicamente es viable; sin embargo, se requiere indagar acerca de las mejores estrategias de aprendizaje a utilizar en este escenario para que los estudiantes reunidos pero sin la presencia del

docente, puedan comprender de mejor forma la temática, incluso realimentando la clase con posibles preguntas.

El escenario 2 plantea una situación en la cual a pesar de haber un grupo, es el estudiante solo quien interactúa con un computador que trae el contenido multimedia del docente. Incluso cada estudiante puede estar en tiempos diferentes del video, pues puede atrasarlo a adelantarlo a su gusto. Este escenario que también es tecnológicamente viable, demanda otras estrategias de aprendizaje, quizá enfocadas un poco a solventar la soledad que puede traer para un estudiante el hecho de interactuar solamente con una máquina y de tener a sus compañeros pero donde cada uno puede ir en momentos de aprendizaje diferentes del suyo.

Una solución de teleeducación basada en b-learning se recomienda diseñarla partiendo desde la tecnología que disponen los estudiantes, con el objeto de crear soluciones que efectivamente puedan ser desplegadas en el entorno particular y, de esta forma, resulten no solamente útiles sino también viables. Para los experimentos realizados utilizando el servidor de Video-Streaming Red5 y escenarios de b-learning, en uno de ellos se contaba con una sala con acceso a videobeam y un computador conectado a Internet, por lo que reunir a los estudiantes alrededor del videobeam que replicaba el video del docente resultó lo más viable; en el otro experimento, al no contar con videobeam pero sí computadores con acceso a Internet, los estudiantes podían atender al video en su respectivo computador. La herramienta de Video-Streaming Red5 permite un fácil despliegue y uso en escenarios educativos, lo anterior teniendo en cuenta que es una herramienta libre de propósito específico, que no está asociada a servicios comerciales de correo electrónico y que puede ser consumida por parte de los estudiantes desde un navegador web. Se observó que no es determinante en los experimentos que la información llegue con cierto retardo del orden de las unidades de los segundos, puesto que el alumnado igualmente recibe la información, donde lo importante es que el contenido de audio y video no lleguen desfasados.

La herramienta de Video-Streaming Red5 provee un conjunto de aplicaciones que pueden ser integradas en un solo escenario tecnológico, para así contribuir a la mejora de la experiencia de enseñanza. Dentro de estas herramientas de encuentran: sala de chat, videochat, videoconferencia, aplicaciones interactivas. Lo anterior requiere un esfuerzo a nivel de desarrollo, con la ventaja de que se trata de una herramienta de código libre, escrita en uno de los lenguajes de programación más difundidos, como lo es Java.

Bibliografía

- Bernández, M. (2007). Diseño, producción, implementación de e-learning. Metodología, Herramientas, Modelos. Global Business Press.
- Brown, R. (2003). Blended Learning: Rich experiences from a rich picture. Training and Development in Australia.
- Chacón, A. (2003). La videoconferencia: conceptualización, elementos y uso educativo. Universidad de Granada. Granada, España: Departamento de Didáctica y Organización Escolar.

- Escontrela, R., & Stojanovic, L. (2004). La integración de las tic en la educación: Apuntes para un modelo pedagógico pertinente. *Revista Pedagógica Scielo*, 25(74).
- Hengfa, C., & Yang, Z. (2011). Blended Learning Strategy Design and Practice. En: 2011 International Conference on Consumer Electronics, Communications and Networks (CECNet) (pp. 3003-3006). doi:10.1109/CECNET.2011.5769482
- Rojas Moreno, I. (2010). Formación y Profesionalización de la Docencia en el Nivel Superior en el Contexto de la Posmodernidad. Reflexiones sobre el Caso Mexicano. *Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa*, 3(1), 202–217.
- Horizon 2020. The framework programme for research and innovation. <http://www.ficyt.es/progeur/Horizon2020.asp>
- Liu, W. L., Zhang, K., Locatis, C., & Ackerman, M. (2015). Cloud and Traditional Videoconferencing Technology for Telemedicine and Distance Learning. *Telemedicine and e-Health*.
- Delgado, C., Finnerty, J., Khan, H., Pennepalli, D., & Roderick, J. Understanding How Users Interact with Digital Streaming Services
- Rodríguez, P., Cerviño, J., Trajkovska, I. and Salvachúa, J. Advanced Videoconferencing Services Based on WebRTC, In proceeding of: IADIS Multi Conference on Computer Science and Information Systems, March, 2013.
- Seo, D., Kim, S., Park, H., & Ko, H. (2014). Real-time panoramic video streaming system with overlaid interface concept for social media. *Multimedia Systems*, 20(6), 707-719.
- Cristóbal Medina-López, Juan Pablo García-Ortiz, J.A.M Naranjo, L.G. Casado, and Vicente González-Ruiz. IPTV using P2PSP and HTML5+WebRTC. In The Fourth W3C Web and TV Workshop, Munich, Germany, March 2014.
- Harden, N. (2013). The end of the university as we know it. *The American Interest*, 8(3), 54-62.

027. VIRTUALIZACIÓN DE LA EDUCACION SUPERIOR: DEBILIDADES Y FORTALEZAS.

VIRTUALIZATION OF THE HIGHER EDUCATION: DEBILITY AND STRENGTH

Autores:

Manuel Osmany Ramírez Pérez, MSc.

Magister en Nuevas Tecnologías para la Educación
Facultad de Ingeniería en Sistemas y Telecomunicaciones
Universidad Tecnológica ECOTEC
mramirez@ecotec.edu.ec
Ecuador

Ana María Arellano Arcentales, MSc.

Magister en Docencia y Gerencia en Educación Superior
Facultad de Ciencias Agrarias – Escuela de Ingeniería en Computación e Informática
Universidad Agraria del Ecuador
aarellano@uagraria.edu.ec
Ecuador

RESUMEN

La educación es un sistema social y dinámico, no escapa a los significativos cambios en sus procesos al tener en cuenta el uso creciente de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), elementos imprescindibles y necesarios en el contexto actual para el desarrollo de los programas que ofrecen las instituciones de educación superior. La universidad del siglo XXI es una organización socialmente activa, abierta e interconectada con su entorno y en la cual se forman individuos portadores de una cultura de aprendizaje continuo, capaces de actuar en ambientes intensivos en información, mediante el uso racional de las TIC. La virtualización de los procesos sustantivos en las universidades, requiere revisar la infraestructura tecnológica, los recursos humanos multidisciplinarios, la estructura y organización de los contenidos y flujos de información necesarios para su funcionamiento; por lo cual debe ser analizada desde las dimensiones: pedagógica, tecnológica y social. Lo antes mencionado conlleva a transformar las disciplinas, el papel del profesor, del estudiante y de la propia universidad propiciando una formación más flexible y centrada en enseñar a los estudiantes a aprender, con márgenes para que ellos puedan elegir itinerarios, actividades y medios que resulten acordes a sus circunstancias y estilos cognitivos.

Palabras claves: Educación superior, virtualización, procesos formativos universitarios.

ABSTRACT

Education is a social and dynamic system, does not escape significant changes in their processes to take into account the increasing use of information technology and communications (ICT), essential elements and necessary in the current context for

the development of programs offered by institutions of higher education. University XXI century is a socially active, open and interconnected with its surroundings and in which carriers of a culture of continuous learning, able to act on information-intensive environments, through the rational use of ICT are formed organization. Virtualization essential processes in universities, requires reviewing the technological infrastructure, multidisciplinary human resources, structure and organization of content and information flows necessary for its operation; so it must be analyzed from the dimensions: pedagogical, technological and social. The above leads to transforming the disciplines, the role of the teacher, the student and the university itself promoting a more flexible training and focused on teaching students to learn, with margins so they can choose itineraries, activities and means that are according to their circumstances and cognitive styles.

Key words: Higher Education, virtualization, university training processes

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia de la humanidad, no ha existido época alguna en la que la información y el conocimiento no hayan sido la base de su desarrollo.

En la actualidad, los seres humanos se forman y desarrollan en una sociedad globalizada; convulsa de descubrimientos y de innovaciones; marcada por el incremento gradual de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y moldeada con los nuevos paradigmas producto de todos estos factores. Esta revolución de la información ha cambiado no sólo el acceso a este recurso, sino también la forma en que se usa y se conceptualiza.

Chan (2013) realizó una sistematización sobre la virtualización de la Educación Superior en América Latina a partir de sus fundamentos y tendencias expuestos en publicaciones emitidas en un período de diez años por organismos y autores claves.

En dicho estudio la autora reconoce las principales relaciones y oposiciones entre concepciones y prácticas enunciadas en los documentos de referencia y la concreción con un paradigma de gestión de la innovación educativa para el fortalecimiento institucional.

Se ha manifestado que las TIC permiten la construcción de un entorno nuevo, que de hecho es un entorno social, donde se desarrollan interrelaciones entre los sujetos que contribuyen al desarrollo de la educación superior. Echeverría (2000) lo argumenta con los siguientes criterios:

1. Contribuyen al desarrollo de procesos de aprendizaje y transmisión de conocimientos soportados en las redes telemáticas.
2. La intervención activa en este escenario requiere competencias que se obtienen durante la participación en los procesos de formación que se desarrollan en las universidades.
3. La universidad y sus procesos formativos deben transformarse para responder a las exigencias de ese entorno

Por otra parte, este nuevo entorno no sólo es un medio distinto de información y comunicación, sino también un espacio para la interacción, la memorización, el entretenimiento y la expresión de emociones y sentimientos.

Precisamente por ello es un nuevo espacio social, y no simplemente un medio de información o comunicación. Cada vez se requerirá un mayor grado de competencia para actuar eficientemente en él. Por ello es preciso diseñar nuevos escenarios y acciones.

El presente trabajo tiene como objetivo reflexionar sobre la virtualización de los procesos formativos en las instituciones de educación superior.

En la actualidad las instituciones de educación superior han cambiado poco, la forma actual de enseñanza ampliamente utilizada en el proceso educativo con el desarrollo de conferencias, seminarios, clases prácticas, talleres, entre otras formas de organización, generando que entren en conflicto con el creciente número de investigaciones pedagógicas acerca de cómo se desarrolla un aprendizaje y una educación más profundos, útiles y creativos.

Durante las últimas décadas, ha habido un debate creciente acerca de los métodos y formas de enseñanza-aprendizaje, que ha resultado en una ganancia continua para comprender cómo mejorar la pedagogía y la andragogía. Este creciente conocimiento en muchos casos se ha constituido en desconocido para la mayoría del profesorado universitario, quienes no han encontrado su importancia práctica.

En muchas de las actividades docentes que se desarrollan a diario, el pizarrón continúa siendo el principal medio de comunicación con los estudiantes. Basta decir que, como medio de comunicación, el pizarrón sólo se diferencia de las pinturas rupestres por el uso innovador del borrador.

Sánchez (2011) afirma que en la actualidad se han introducido cambios sustanciales en los procesos de formación universitarios que los transforman de un simple proceso que emplea nuevas tecnologías a un proceso transformado por las nuevas tecnologías: la computadora e internet.

La computadora es algo más que un simple y nuevo medio de enseñanza aprendizaje. Permite a los estudiantes el acceso directo a toda clase de fuentes de información.

Por su parte internet, ofrece dos nuevas capacidades muy poderosas:

1. Provee acceso a una enorme variedad de fuentes e informaciones, en forma de textos, sonidos e imágenes. Este acceso, ya es mayor al de las más costosas y grandes bibliotecas en el mundo.
2. Proporciona la capacidad de interaccionar. Un foro para que grupos de trabajo y discusión se comuniquen entre sí, en forma continua, independiente de las distancias y en horarios que se adapten a las conveniencias de las partes.

Lo anteriormente señalado, ha instituido una revolución que las universidades no están en la actualidad totalmente preparadas para enfrentar. Surgen nuevos escenarios educacionales, tales como la red mundial y las realidades virtuales.

Lo anterior ha planteado a las universidades las siguientes exigencias:

- Formación continua durante toda la vida.
- Vinculación de la universidad con su entorno social.
- Oportunidades que provienen de la sociedad del conocimiento.

SEAD (2015) indica que el avance hacia la virtualización de la educación superior es un proceso que atraviesa no sólo las cuestiones académicas sino que impregna entre otras dimensiones la administrativa, de gestión e investigativa. Esto invita, frente a los procesos de enseñanza y aprendizaje de la educación presencial, a desplegar un concepto diferente e innovador de las prácticas educativas. De los profesores y estudiantes reunidos en espacios fijos frente a un pizarrón se abre paso a los estudiantes interactuando por una red omnipresente. La enseñanza en contextos virtuales ya no replica lo que conocemos, implica responsabilidades inéditas a la universidad. No es una reproducción de lo presencial en la red, es otro modo de enseñar y aprender que requiere de la exploración e investigación de nuevas articulaciones pedagógicas y de la difusión del conocimiento generado.

DESARROLLO

Marín & Romero (2009) consideran que uno de los principales retos de la educación en el siglo XXI se centra en la calidad vinculada con la búsqueda de una educación más completa, la óptima utilización de los recursos y la satisfacción de las demandas sociales.

En las Instituciones de educación superior en la actualidad, el principal desafío es el perfeccionamiento del proceso formativo que desarrollan en la preparación integral de los ciudadanos del siglo XXI para una sociedad que estará basada, cada vez más, en la informatización y el conocimiento.

En la práctica este desafío se concreta, entre otras manifestaciones:

- Envejecimiento de la población activa y rejuvenecimiento de la tecnología. Distintos factores están elevando la esperanza de vida de la población y con ello el envejecimiento de la población activa. Por otra parte la tecnología se rejuvenece, según estudios norteamericanos un graduado universitario del año 2000, tendrá que ser recapacitado entre 12 y 15 veces en su vida laboral.
- Velocidad de reproducción y obsolescencia de los conocimientos. Se conoce que la información actual se duplica cada cinco años. En el año 2020, se pronostica que la duplicación sea cada 73 días.
- Cambios en los entornos de aprendizaje. Los entornos de aprendizaje no se reducen a la universidad, se han diversificado y complejizado. Ni tan siquiera abarcan la vida laboral, para extenderse al hogar y las relaciones sociales. Hoy más que nunca el ser humano es un ser social.

En muchas instituciones de educación superior de alto nivel, se están transformando los modelos de enseñanza aprendizaje, basándose en la utilización de las TIC donde las redes telemáticas, los entornos virtuales de enseñanza-aprendizaje (EVEA) y la microelectrónica constituyan nuevas unidades básicas del sistema, se utilicen nuevos escenarios y recursos educativos caracterizados entre

otras cosas, por su estructura hipermedial, los grados de interactividad alcanzables, las herramientas de comunicación en la Web, la inclusión de la Web3D y los avances de la microelectrónica rompen el paradigma de la educación tradicional y se favorecen los procesos de integración y contextualización en un grado difícilmente alcanzable con las técnicas lineales de presentación.

Se asume la universidad del siglo XXI como una organización socialmente activa, abierta e interconectada con su entorno y en la cual se formen individuos portadores de una cultura de aprendizaje continuo, capaces de actuar en ambientes intensivos en información, mediante el uso racional de las TIC.

En la actualidad como nunca antes, se desarrollan infraestructuras de información nacionales, regionales y globales que han comenzado a mejorar las habilidades para sentir, enseñar y aprender a través de las barreras de la distancia y el tiempo.

Es innegable que las universidades deben potenciar la virtualización de sus procesos formativos, asumiéndola como una nueva etapa de la comunicación humana y no como una moda. Constituye un imperativo del contexto tecnológico de inicios del siglo XXI.

Es bueno recordar que la comunicación humana a lo largo de la historia de la humanidad ha transitado por:

- Era del lenguaje oral. Surgió con la propia humanidad, desde hace más de 350 mil años. Requirió la expresión del pensamiento mediante un código de sonidos.
- Era de la escritura. Surgió con la escritura cuneiforme, unos 3500 años ANE. Demandó la expresión del pensamiento mediante un código de símbolos gráficos.
- Era de la virtualidad. Surge con la computación digital, en la segunda mitad del siglo XX. Exige la expresión del pensamiento mediante un código electrónico.

Por ello, la virtualización es un proceso y resultado al mismo tiempo del tratamiento y de la comunicación mediante computadora de datos, informaciones y conocimientos. Consiste en representar electrónicamente y en forma numérico digital, objetos y procesos que se encuentran en el mundo real.

Rama (2012) determina que el incremento del grado de virtualización viene desde fines de los noventa y está relacionado con la digitalización global de la economía y la sociedad y con su impacto en el aprendizaje, debido a su mayor eficiencia en la capacidad de retención de aprendizajes al incorporar la diversidad de recursos de aprendizaje que favorecen los ambientes virtuales y, sobre todo, la flexibilidad y los menores costos de oportunidades de las personas.

Es necesario asumir la virtualidad como una forma de expresión mediante un código electrónico de los fenómenos de la naturaleza, la sociedad y el pensamiento. Es real y representa una nueva fase de la comunicación humana.

El recambio generacional (los denominados nativos digitales) y la globalización del conocimiento determinan la reubicación académica y la modernización de las universidades.

1. La virtualización en la educación superior requiere transitar por las siguientes etapas:
2. Universidad presencial que introduce elementos de virtualidad en su dinámica educativa.
3. Universidad presencial con extensión universitaria virtual.
4. Espacios compartidos de cursos virtuales que ofrecen las universidades presenciales.
5. Universidad virtual adosada a la universidad tradicional.
6. Universidad virtual como organización virtual.
7. Espacios virtuales interuniversitarios comunes.

La virtualización en la educación superior, desarrolla procesos caracterizados por la transformación global de la universidad, donde se combinan la presencialidad y la virtualidad, se fomentan el aprendizaje abierto y la educación a distancia (EAD) como alternativas para el desarrollo de los procesos de formación caracterizados por la concepción de los parámetros de espacio y tiempo y la creación y desarrollo de espacios virtuales.

La educación a distancia como modalidad educativa en su dinámica y evolución ha estado asociada al desarrollo de las TIC, incluso el nombre de sus generaciones, es una alternativa para una educación continua, basada en un aprender a aprender, de forma flexible, que favorece las oportunidades de aprendizaje a un número cada vez mayor de personas, de forma que se logre la democratización de la enseñanza y se minimicen las limitaciones que el modelo clásico no ha resuelto (número creciente de personas, costo elevado, incompatibilidad de tiempo, falta de oportunidades de educación en algunas regiones) desde la aspiración de un modelo social que garantice el acceso pleno a la educación y la cultura.

La presencialidad de la educación tradicional y la educación a distancia, en sus tipologías mixta o semipresencial (b-learning) y virtual o telemática (e-learning), no son incompatibles ni excluyentes, sino que permiten diferentes grados de combinación para adaptarse, de forma flexible, a las nuevas necesidades de la educación superior que integra la virtualización en todas sus modalidades atendiendo al grado de evolución de las TIC.

La virtualización de la educación superior, en cualquier universidad, debe ser analizada desde las dimensiones: pedagógica, tecnológica y social.

La dimensión pedagógica aborda la dinámica de las relaciones entre los objetivos, contenidos, métodos, medios y evaluación en las distintas formas de organización de la formación que facilitan la apropiación de los conocimientos que se necesitan para el diseño y desarrollo de propuestas orientadas al tratamiento de los contenidos de las carreras integrando las TIC.

La secuenciación de las formas organizativas estará condicionada al contexto institucional y social, diagnóstico continuo, los espacios formativos y niveles en que se desarrollan según sus fines.

Desde este referente se definen los objetivos de los programas orientados a potenciar las cualidades del docente en el uso de las TIC como herramienta para el cambio, los tipos de apoyos y la importancia de los procesos metacognitivos asociados al desempeño del trabajo docente.

Se prevé la inserción de elementos de investigación educativa orientados al diagnóstico, la innovación de las prácticas de enseñanza y la valoración de aquellas experiencias que puedan ser socializadas, entre ellas la elaboración de tareas docentes que se organicen en los diferentes espacios formativos presenciales, semipresenciales y virtuales, lo que requiere del conocimiento disciplinar y la manera de impartirlo desde las asignaturas y espacios formativos del currículo.

La dimensión tecnológica facilita conocer las diversas aplicaciones tecnológicas y el saber utilizarlas en el contexto educativo, tanto en lo teórico como en lo práctico. Incluye esencialmente los contenidos relacionados con los conceptos básicos de las TIC para su uso en el contexto educativo, y la introducción progresiva de los avances tecnológicos en el proceso formativo.

La dimensión social aborda el dominio y aplicación de los aspectos sociales, éticos y legales, asociados al uso de las TIC, de las medidas de seguridad informática, de la responsabilidad por alcanzar mejores resultados en su desempeño y la autocrítica, y la reflexión sobre la integración de las TIC en su práctica a partir del conocimiento de sus potencialidades y necesidades en el desempeño.

La virtualización y el uso de las TIC evoluciona en su integración en las universidades, pueden apreciarse desplazamientos que van:

- Desde la conferencia convencional y presencial y los medios de tutoría hacia la enseñanza virtual y los métodos de ayudas al aprendizaje basados en la comunicación asincrónica y sincrónica.
- Desde el aprendizaje pasivo hacia el activo y métodos de ayuda al aprendizaje basados en computadoras e Internet, más participativos en el entorno de la Web 2.0.
- Desde las presentaciones estáticas hacia las dinámicas empleando nuevos métodos de simulación, animación, multimedios y otros recursos educativos digitales.
- Desde las formas impersonales hacia personalizadas ajustadas a las características del estudiante.
- Desde el uso de objetos reales hacia objetos virtuales.

Por ello, los entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje (EVEA) son espacios de colaboración e intercambio, concebidos y diseñados para que los estudiantes, docentes y grupos que acceden a él, desarrollen y participen en procesos de adquisición y fijación de conocimientos, habilidades y valores.

Incorporan herramientas de comunicación sincrónica y asincrónica y se integran con comunidades virtuales de aprendizaje y redes sociales apropiándose de las facilidades que brinda la Web. La característica principal de este EVEA es la creación de un espacio de interrelación con cabida para todos los participantes en el proceso educativo dentro de una comunidad virtual registrada.

El EVEA puede describirse como un entorno que permiten el acceso a través de navegadores, protegido generalmente por contraseña o cable de acceso; utiliza servicios y herramientas de la Web; dispone de una interface gráfica e intuitiva; integra de forma coordinada y estructurada los diferentes módulos para la gestión y administración de formación, organización de cursos, calendario, recursos

educativos digitales, gestión de actividades, seguimiento y evaluación del aprendizaje; se adapta a las características y necesidades de los usuarios asignando privilegios según el rol del usuario, posibilita la comunicación e interacción entre los estudiantes, docente, tutor y grupo, dentro de la comunidad y entre comunidades y con las redes sociales, presenta diferentes tipos de actividades que pueden ser implementadas; e incorpora recursos para el seguimiento y evaluación del proceso.

Virtualizar la universidad es sobre todo virtualizar sus procesos sustantivos, esto es, disponer sectores del ciberespacio para apoyar o sustituir tecnológicamente la formación, investigación y de extensión universitaria realizadas físicamente en los espacios tradicionales.

El proceso de virtualización de un programa académico en la educación superior requiere:

1. Creación de las condiciones organizacionales.
2. Preparación de la infraestructura tecnológica.
3. Transformación de los procesos de enseñanza aprendizaje.

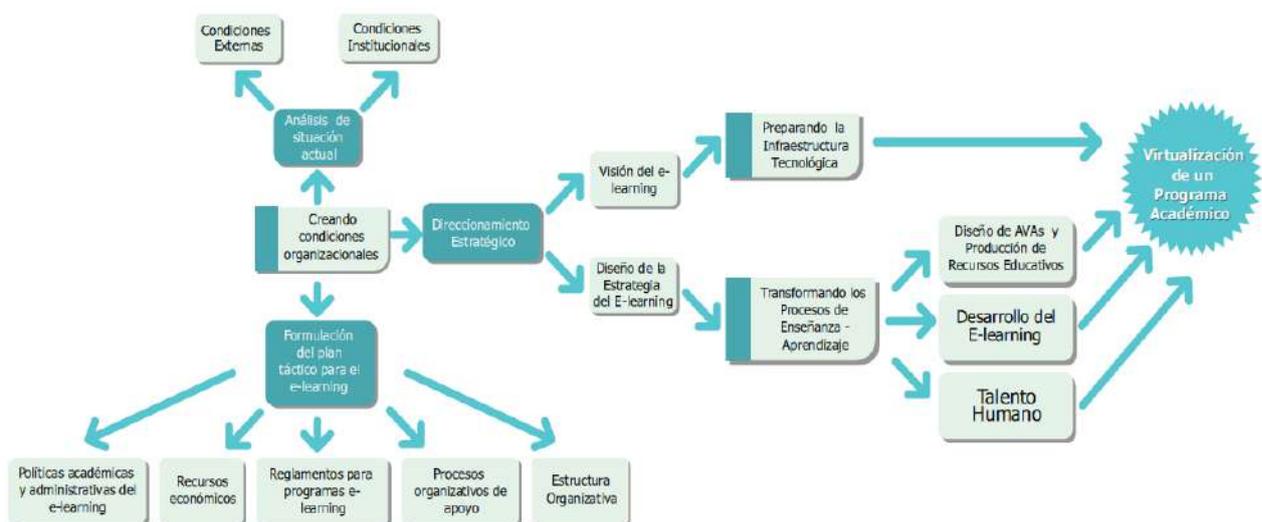


Ilustración 1: Virtualización de un programa académico

En la ilustración anterior se representa el proceso de virtualización de un programa académico.

Las universidades virtuales, son ambientes virtuales que facilitan la interacción, la comunicación y la colaboración entre individuos agrupados en redes y comunidades de conocimiento.

CONCLUSIONES

La educación superior es un sistema social y dinámico que requiere tener en cuenta el uso creciente de las TIC.

La virtualización en la educación superior conlleva transformar las disciplinas, el papel del profesor, del estudiante y de la propia universidad.

La universidad requiere virtualizar sus procesos sustantivos: formación, investigación y de extensión universitaria realizados físicamente en los espacios tradicionales.

La manera en que se usen las TIC posibilitará realmente un efecto transformador, propiciando una formación más flexible y centrada en enseñar a los estudiantes a aprender, con márgenes para que los estudiantes puedan elegir itinerarios, actividades y medios que resulten acordes a sus circunstancias y estilos cognitivos.

BIBLIOGRAFÍA

Chan, ME. (2016). La virtualización de la educación superior en América Latina: entre tendencias y paradigmas. *Revista de Educación a Distancia*. Número 48. Artic.1. 30-Ene-2016 DOI:10.6018/red/481.

Echeverría, J. (2000). Educación y tecnologías telemáticas. OEI-Ediciones-
Revista Iberoamericana de Educación. Número 24 TIC en la educación.
Recuperado de <http://www.campus-oei.org/revista/rie24a01.htm>

Ediciones virtuales SEAD (2015). Virtualización de la educación superior: tensiones, desafíos. Recuperado de
<http://www.mdp.edu.ar/uabierta/editorialvirtual/01/editorial01.htm>.

Marín, V, & Romero, A. (2009). La formación docente universitaria a través de las TICS. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*. Número 35 Julio 2009.
Recuperado de <http://www.sav.us.es/pixelbit/pixelbit/articulos/n35/8.pdf>.

Rama, C. (2012). La reforma de la virtualización de la Universidad. Guadalajara: UDGVIRTUAL.

Sánchez, J. (2011). Perspectiva de la tecnología educativa a la luz del desarrollo de la informática y las comunicaciones. [Entrada de Wikimedia Commons]
Recuperado de <https://commons.wikimedia.org/wiki/>

Silvio, J. (2013). La virtualización de la educación superior: alcances, posibilidades y limitaciones. UNESCO. Educación Superior y Sociedad Vol 9.

028. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE PARA LA PREPARACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO PARA EL NUEVO EXAMEN DE INGRESO EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DEL ECUADOR.

Autor:

Ing. Narcisa Álvarez Naranjo MBA

Docente de la Universidad Tecnológica ECOTEC,

Directora Ejecutiva de la Unidad Educativa Básica Ecomundo Vespertino.

RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene como objetivo diseñar e implementar estrategias para la ejecución de una metodología activa para preparar a los estudiantes del bachillerato para el nuevo examen de ingreso implementado por el Ministerio de Educación y la Senescyt, el cual es un tema actual porque a partir del año 2016, todos los estudiantes de tercer curso de Bachillerato de todo el país realizarán esta prueba estandarizada. Este artículo presenta una revisión bibliográfica sobre que estrategias educativas se debería de aplicar en la gestión educativa para que los estudiantes adquieran las competencias necesarias al terminar el bachillerato.

PALABRAS CLAVE: Estrategias metodológicas, proceso de aprendizaje, examen de ingreso.

ABSTRACT

This research has the overall objective to design and implement strategies for the implementation of an active approach to prepare students for the new high school entrance examination implemented by the Ministry of Education, which is a current issue because from next 2016, all students in third year of high school across the country made this standardized test. This article presents a literature review on educational strategies that should be applied in educational management for students to acquire the necessary skills after high school..

KEY WORDS:

Methodological strategies, learning process, entrance exam.

INTRODUCCIÓN

Actualmente en la educación ecuatoriana se están planteando cambios en la forma de evaluar a los estudiantes al terminar su educación secundaria, y poder acceder a las universidades públicas del país, como es el nuevo examen que se implementara a partir del 2016 el cual es un examen con dos componentes: conocimiento y aptitudes.

El presente trabajo tiene como propuesta desarrollar una guía para la aplicación de la metodología activa – participativa en el proceso enseñanza aprendizaje de los estudiantes del bachillerato del Centro Educativo Ecomundo. La hipótesis planteada de este trabajo es “La aplicación de una metodología activa preparar a los estudiantes para el nuevo examen de ingreso a las Universidades públicas.

El enfoque de este proyecto es cuantitativo porque se va usar la recolección de datos para comprobar la hipótesis planteada, y con la base en la medición numérica se va aplicar la estadística para el análisis de datos. Se basara en el paradigma empírico analítico porque se plantea una correlación causa – efecto y el método es cuasi – experimental porque se diseña un pre test y post test para poder analizar los resultados antes y después de la aplicación de las metodologías activas en el bachillerato del Centro Educativo Ecomundo. Y el tipo de estudio es descriptivo porque este tipo de estudio lo describe Dankhe (1986) como los que buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, debido a que se va diseñar una guía y se va a estudiar el comportamiento antes y después de la implementación de la guía de metodología activa.

DESARROLLO

FACTORES SOCIALES DE LA EDUCACION

En relación a los factores que influyen en el rendimiento académico, algunas investigaciones han estudiado es establecer aquellos factores que mejor explican en el aprovechamiento.

Kristin J. Citada por Eva Ortiz (2013) en la revista How en Español indica que los factores socioeconómicos como el nivel de ingresos familiares, el nivel educativo de

los padres, la raza y el género influyen en la calidad y disponibilidad de la educación, así como en la capacidad de la educación para mejorar las circunstancias de la vida. Blanco A. (2014) indica que hay factores extraescolares de la educación, en el siguiente orden: La familia, la comunidad, las instituciones, organizaciones, asociaciones y grupos informales y por último los medios masivos de comunicación.

A continuación, describiremos cada uno de estos factores:

1. La familia:

La familia, según la ASAMBLEA GENERAL DE LAS NACIONES UNIDAS (1948) es el elemento natural y fundamental de la sociedad y tiene derecho a la protección de la sociedad y del Estado. Algunos países latinoamericanos consideran a la familia como la parte más importante de la sociedad donde comienzan los valores necesarios y se inculcan los objetivos que se quieren conseguir en la vida, es el soporte total de las personas que la forman, su protección. Blanco (2014) indica: “La importancia del entorno familiar en la formación de la personalidad habría que apuntar los siguientes aspectos: es el medio donde el niño recibe la primera información acerca del mundo, donde se establecen las primeras relaciones afectivas, donde el niño se introduce en un sistema de normas de vida elementales y se establecen las primeras regulaciones a la conducta, donde se establecen los patrones éticos y estéticos elementales” (p159).

La familia es uno de los elementos que más influye de acuerdo a lo citado porque es el pilar de una sociedad, dentro del entorno académico, la familia es el principal factor involucrado ya sea en el nivel académico alto o bajo sin sospecha alguna su impacto es enorme al referirse a la educación la principal fuente de información será la familia.

2.- La comunidad

Blanco (2014) indica: “La comunidad constituye el entorno social más concreto de existencia, actividad y desarrollo del hombre, en forma general se entiende como comunidad tanto al lugar donde le individuo fija su residencia como a las personas que conviven en ese lugar y a las relaciones que se establecen entre todas ellos.

3.- Medios de comunicación

Los medios de comunicación como la televisión, la radio y la prensa tienen una gran influencia sobre los jóvenes actualmente, porque la mayoría de la información generada por estos entes no beneficia al progreso saludable de los adolescentes.

Los medios de comunicación tienen una fuerte relación entre la violencia en los medios de comunicación y la agresión de los adolescentes.

➤ **INCIDENCIA DE LOS FACTORES SOCIALES SOBRE EL DESARROLLO DE LA PERSONALIDAD, LA INTELIGENCIA Y EL LENGUAJE.**

Los factores sociales que influyen en el desarrollo de la personalidad, se tiene a la escuela, con la infraestructura del salón de clases y del centro educativo, la estructura socioeconómica del aula, el clima institucional, las cualidades personales y profesionales de los docentes, los recursos didácticos y cobertura curricular, afectan en la personalidad de los estudiantes. Un estudio desarrollado por la Unesco (2008) indica que: Las desigualdades sociales influyen de forma decisiva en las posibilidades de aprendizaje en las escuelas de enseñanza primaria del mundo, un factor contra el que "ningún país, ya sea rico o pobre, está inmunizado. (p.3).

Los elementos socioeconómicos como el tipo de ingreso familiar, el nivel educativo de los padres, la etnia y el género también intervienen en la calidad de la educación, así como en la personalidad y capacidad intelectual de cada estudiante que busca mejorar las condiciones de la vida.

A continuación, se detalla estos factores socioeconómicos:

Nivel de ingresos familiares

La posición financiera de la familia interviene en muchos factores que logran beneficiar o perjudicar en el ambiente educativo. Las familias que tienen grandes recursos financieros pueden enviar a sus hijos a escuelas con un alto grado de calidad, para enviar a un hijo o hija a escuelas de alta calidad, emplear docentes exclusivos para reforzar lo aprendido. Los estudiantes de familias de bajos recursos no pueden acceder a este tipo de educación debido a la falta de ingresos en su familia.

No siempre, una escuela fiscal tiene una planta docentes con suficiente preparación, esto hace que se observe diferencias entre una escuela fiscal y una particular. Y otra dificultad que se tiene por tener bajos recursos una familia, es que los jóvenes dejen de estudiar por la falta ingreso de dinero a su entorno y esto perjudique negativamente la posibilidad de aprender de los estudiantes.

Actualmente, el gobierno nacional está invirtiendo en la infraestructura de los establecimientos fiscales, pero la falta de formación y actitud de algunos docentes hace que la educación estatal no eleve la calidad del proceso educativo. Otro factor que influye es la falta de empleo de los padres de familia, no tener una nutrición adecuada de muchos estudiantes, por la extrema pobreza que existe en muchas zonas rurales olvidadas por sus jurisdicciones respectivas, que tienen poco interés en mejorar la calidad de vida y poder finalizar las desigualdades socio-económicas que existe en el Ecuador.

Se debe enseñar con calidad para el crecimiento de un país ya que la educación contribuye al progreso de este país como nación, siendo el crecimiento económico la pieza fundamental para el desarrollo del mismo. Si todos invierten en la educación se puede mejorar el proceso de enseñanza y la calidad de estudiantes que terminen la educación de bachillerato.

En los últimos años, se han desarrollado estudios sobre la relación de la pobreza y educación como lo desarrollo Borraz (2010) en su informe final sobre la pobreza y educación, indica que no hay una educación adecuada para los niños y jóvenes de familias de menores ingresos por la falta de distintas carencias, como es la falta de ingresos, falta de una nutrición adecuada, no les permite obtener buenos resultados al final la educación. (p.24)

Un estudio desarrollado por la UNESCO (2015) sobre los factores asociados: Laboratorio latinoamericano de evaluación de la calidad de la educación indica que: La pobreza tiene múltiples consecuencias negativas en la educación. Desde el lado de la oferta, altos índices de pobreza en un país impiden llevar a cabo las inversiones necesarias para fortalecer los procesos de aprendizaje, como la compra de textos escolares, la adquisición de herramientas tecnológicas o el mejoramiento de la infraestructura de las escuelas. (p.37). Como conclusión de este estudio plantearon que los educandos son aptos de obtener buenos rendimientos a nivel regional pero no hacia la competencia externa. El documento indica que Latinoamérica ha conseguido grandes avances relacionados con los temas de alfabetización y mayor cobertura de los métodos educativos, pero queda pendiente la calidad e igualdad al sistema educativo.

Otro resultado afirma que los alumnos con mejores notas provienen de mejores niveles socioeconómicos, reciben más apoyo de sus padres y han asistido previamente al preescolar.

Además, este estudio indica lo siguiente:

- Los sistemas educativos tienen poca inclusión socioeconómica
- La violencia que se genera en escuelas de bajos recursos, tiene un impacto negativo en el aprendizaje
- Los recursos de los centros educativos y su infraestructura tienen un impacto positivo en el ambiente educativo.
- El entorno educativo se beneficia cuando los docentes asisten con puntualidad a las clases y esto hace que mejore la calidad de la educación.

La encuesta indica que el ambiente de trabajo de los docentes es más complicado en las instituciones educativas que trabajan primordialmente con estudiantes de bajos recursos económicos.

Nivel educativo de los padres

El nivel de educación de los padres tiene una relación recíproca entre la educación y la importancia que le den ellos a esta, los padres o representantes ilustrados están en condiciones de valorar las capacidades académicas de un hijo o hija, para colaborar o cooperar a su representado a mejorar el rendimiento académico general. El representante o padre educado igualmente fija perspectivas de cómo debe avanzar su hijo o hija para fomentar su rendimiento académico y logre en sus diferentes niveles de aprendizaje.

➤ **METODOLOGIA ACTIVA DE ENSEÑANZA**

La enseñanza apoyada en metodologías activas es una enseñanza centrada en el estudiante, que les permite un papel muy relevante a los estudiantes en su capacitación en competencias propias del saber a partir de escenarios, actividades o pautas que diseñan los profesores. Medina (2011) afirma.

La metodología activa es un sistema de acciones o conjunto de actividades del profesor y sus estudiantes, organizadas y planificadas por el docente con la finalidad de posibilitar el aprendizaje de los estudiantes, es decir que constituye una de las principales aportaciones didácticas al proceso de enseñanza aprendizaje, no solo porque permite al docente el asumir su tarea de manera más efectiva, sino que También permite a los alumnos construir sus propios conocimientos, ayudándoles a ser partícipes en todo el proceso de enseñanza aprendizaje. (p.12).

Este tipo de estrategia forja el aprendizaje como un proceso constructivo y no solo de recepción de información. Varios estudios como el de Bonwell Y Eison (1991)

indican que las estrategias de aprendizaje activo se refieren a una variedad de actividades en el aula de colaboración, que van desde las simulaciones a largo plazo así como los ejercicios de resolución de problemas de cooperación de cinco minutos. En lugar de facilitar la memorización de grandes cantidades de información (metodología tradicional), el método activo estimula la investigación y el interés de los estudiantes para adquirir los conocimientos y habilidades. Técnicas de aprendizaje activo producen muchos beneficio que son centrados en el estudiante; maximizando la participación; son altamente motivacionales; y dan la vida y la inmediatez con la materia, fomentando a los estudiantes a ir más allá de un enfoque superficial, basado en hechos.

La metodología activa y la aplicación de las tecnologías de información y comunicación (TICS).

La UNESCO, define las nuevas tecnologías de la información como "el conjunto de disciplinas científicas, tecnológicas, de ingeniería y de técnicas de gestión utilizadas en el manejo y procesamiento de la información; sus aplicaciones; los computadores y su interacción con hombres y máquinas; y los contenidos asociados de carácter social, económico y cultural" (Raitt, 1982).

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación con su aplicación educativa, contribuyen una serie de técnicas que deben ser aplicados por los profesores de la educación media del Ecuador, ya que sustentan una completa conexión con los contextos metodológicos activos y con el desarrollo de las competencias genéricas (se refieren a los comportamientos y actitudes, como la capacidad de trabajar en grupo, la planificación) y específicas (se refieren a un conocimiento mucho más especializado, que incluye las habilidades, actitudes y conocimientos propios de la especialidad que tengan), principalmente en lo concerniente a la comprensión y análisis crítico de información.

➤ EXAMEN UNIFICADO NUEVO “SER BACHILLER” PARA EL INGRESO A LA EDUCACIÓN SUPERIOR

A partir del segundo semestre del 2016, el Examen Nacional para la Educación Superior (ENES) y el examen Ser Bachiller se consolidan en una sola prueba, lo que facultara a los estudiantes obtener su título de bachiller y a la vez puedan acceder a

los estudios de educación superior en las universidades, escuelas politécnicas, conservatorios e institutos técnicos y tecnológicos del país.

Actualmente el ingreso a las Instituciones de Educación Superior se cumple con los siguientes pasos: inscripción al Sistema Nacional de Nivelación y Admisión, redición del ENES, postulación, asignación de cupo y nivelación, antes de ingresar al primer nivel de la carrera elegida. De acuerdo al Senescyt, con la combinación de estas evaluaciones, los estudiantes le corresponderán inscribirse y rendir el examen unificado, donde deberán cumplir un mínimo para su aprobación. Además de la nota del examen unificado, que ponderará predominantemente las habilidades y razonamiento de los aspirantes, las universidades se les permitirán incluir otras variables para el acceso a las carreras que pueden ser: entrevistas, audiciones, ensayos, entre otros.

Una vez que se tenga la nota del examen unificado y los procesos de admisión de cada universidad, el aspirante podrá escoger la carrera de su elección y se procede a la asignación de los cupos en cada universidad. La nivelación de carrera pasa a ser opcional y queda a potestad de la universidad decidir si la imparte o no. Este proceso será implementado para el segundo quimestre del año lectivo 2016-2017 es decir para el ingreso a las universidades en abril-mayo 2017.

De acuerdo al Secretario de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, René Ramírez, indica que la unificación de estos dos exámenes es un paso más en la aplicación del principio de integralidad entre los niveles medio y superior; y permitirá contar con un perfil de estudiantes que posean las habilidades y conocimientos mínimos necesarios para el éxito de su formación profesional.

➤ **COMPONENTES Y ASPECTOS CLAVES DE LA METODOLOGIA ACTIVA EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA – APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES DEL BACHILLERATO**

Los componentes de la metodología activa se pueden sintetizar de la forma siguiente Johnson (2000):

El escenario: El escenario establece el contexto para el problema, caso o proyecto. A menudo le dice a los estudiantes qué función o rol debe asumir cuando resuelven el problema (p. ej.: ustedes son un grupo de investigadores químicos, críticos de teatro, un programador de televisión...). A menudo el problema suele llevar un objeto de información que introduce a los estudiantes en el contexto del problema.

Trabajo en grupo: Los estudiantes trabajan asociados en pequeños grupos. Los grupos proporcionan un marco de trabajo en el cual los estudiantes pueden probar y desarrollar su nivel de comprensión. Ellos modelan también entornos de trabajo reales. La complejidad de los problemas puede llegar a ser tal que los miembros del grupo tendrán que repartirse las tareas para avanzar.

La solución de problemas: Los problemas planteados en un entorno de metodologías activas a menudo son complejos por naturaleza y necesitarán en general razonamiento e indagación. Estos problemas son indicadores, en muchas formas, de los tipos de problemas afrontados por los estudiantes.

El descubrimiento de nuevos conocimientos: Con el fin de encontrar una solución con sentido, los estudiantes tendrán que buscar nuevos conocimientos. Desde el mismo comienzo los estudiantes deben determinar qué saben y qué necesitan saber para poder continuar. Las discusiones de grupo asocian este nuevo material con el marco de conocimiento que están tratando de construir.

Basado en el mundo real: El énfasis principal es animar a los estudiantes a comenzar a pensar facilitando así la transición del bachillerato a la Universidad. En muchos de los problemas, tanto teóricos como prácticos, los estudiantes encontrarán que no existe necesariamente una sola respuesta correcta, aunque sí leyes y modelos que forman el cuerpo teórico de la disciplina. (p.15).

Como se puede entender de lo anterior como escenarios se puede usar la noticia de un periódico, un poema o una fotografía para poder trabajar ya sea en forma individual o aplicar un trabajo colaborativo donde los estudiantes tienen una responsabilidad con el trabajo eficiente del grupo, así como con el desarrollo de su aprendizaje individual, basándose en la experiencia de cada uno de ellos para descubrir y formar un aprendizaje significativo.

➤ **INFLUENCIA DE LA METODOLOGIA ACTIVA EN EL RENDIMIENTO DEL ESTUDIANTE DE BACHILLERATO**

El proceso de enseñanza – aprendizaje de los estudiantes de bachillerato, debe ser desarrollado a través de estrategias metodológicas activas para desarrollar capacidades, actitudes y habilidades cognitivas en los estudiantes. El rendimiento académico del educando es el nivel de conocimiento expresada en desarrollo de las capacidades que obtienen los estudiantes mediante el proceso enseñanza aprendizaje donde demuestran sus capacidades cognitivas, conceptuales, actitudinales y procedimentales.

Las técnicas y métodos empleados en el salón de clase son de mucha importancia y son el determinante en el aprendizaje de los educandos sin perder la vista que el salón de clases forma parte de un contexto global complejo del Centro Educativo. En la actualidad, son muchas las instituciones Educativas que se están preocupando de aplicar la metodología activa como base de la actividad en el proceso enseñanza – aprendizaje, donde desarrollan actividades de aprendizaje con la participación de los estudiantes.

➤ **ESTRATEGIAS METODOLOGICAS ACTIVAS PARA EL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS PARA LA PREPARACION DE LOS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO PARA EL NUEVO EXAMEN DE INGRESO A LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS.**

Hernández (2009) señala que “Las Estrategias Metodológicas podemos comprenderlas como los recursos o medios utilizados por el docente para cumplir con el objetivo propuesto al momento de impartir un contenido de clases, por ende podemos decir que éstas influyen directamente en el Rendimiento Académico de los alumnos, puesto que no todas las estrategias se adecuan a todas las asignaturas impartidas a los alumnos ni a sus edades” (p.9). La Estrategia metodológica se fundamenta en la habilidad para tutelar y conducir el aprendizaje.

Urbina (2011) indica que “Las metodologías activas permiten que los docentes asuman su rol de manera más efectiva y que los alumnos logren el aprendizaje significativo. Ésta busca que los alumnos puedan intercambiar experiencia y opiniones con sus compañeros” (p.12).

Para la aplicación de las estrategias metodológicas activas se debe tener en cuenta varios aspectos que se nombran a continuación: Primero, establecer los objetivos de aprendizaje tanto de las competencias generales como específicas. Como segundo aspecto, tenemos que el rol del estudiante debe ser activo donde él debe construir su conocimiento y adquirir mayor responsabilidad. El tercer aspecto es el rol que cumple el profesor, el cual debe planear y diseñar las experiencias y actividades necesarias para la adquisición de los aprendizajes previstos para el estudiante. Por último, la evaluación, la cual debe ser clara, relacionada con los objetivos de aprendizaje y la metodología utilizada y didáctica que admita retroalimentación por parte del docente para modificar los errores.

CONCLUSIONES

De lo anterior expuesto sobre las estrategias metodológicas activa en el proceso de aprendizaje para que los estudiantes de bachillerato se preparen para el nuevo examen de ingreso para las universidades, se establece que:

- Las estrategias metodológicas activas y la aplicación de las tecnologías de información, son esencial en el proceso de aprendizaje porque los estudiantes se convierten en los responsables de su propio aprendizaje a través del desarrollo de habilidades, para que construyan su propio conocimiento y esto les ayudara al final de su educación secundaria obtener aptitudes y habilidades cognitivas.
- El proceso de enseñanza que apliquen los docentes en sus clases para el aprendizaje de los estudiantes va a ser un factor clave cuando los estudiantes terminen su educación secundaria y quieran ingresar a una universidad, porque se va a medir la calidad de estudiante que egresa de ese plantel educativo a través del examen cognitivo y aptitudinal.
- Por último, puedo indicar que es importante innovar con nuevas metodologías activas y aplicar las TICS para obtener de ellas todas las ventajas pedagógicas que ofrecen y poder brindarle a los estudiantes una ayuda que no solo sirva para prepararse mientras cursan la educación secundaria sino después que la terminen.

BIBLIOGRAFÍA

Dankhe, G L (1986), Investigación y comunicación, McGraw Hill

Medina, M. (2011). La metodología activa y su importancia en el proceso de enseñanza – aprendizaje del idioma ingles en los estudiantes del tercer año de bachillerato . Facultad de ciencias humanas y de la educación carrera de idiomas. Ambato - Ecuador

Bonwell, C. y Eison, J.A. (1991). Active learning creating excitement in the classroom, asheric higher education report no.1. Universidad George Washington.

Johnson, D.W.,Johnson,R.T., and smith, K.A.. (2000)., Active Learning: Cooperation in the College Classroom, Interaction Book, Edina, MN.

Hernández, Ana Cecilia et al. (2009). Estrategias Didácticas en la Formación de Docentes. San José: Editorial UCR.

Urbina, D. (2011). Metodología activa para desarrollar un aprendizaje significativo en los estudiantes del cuarto año de educación básica de la escuela Carlos Maria de la Condamine. Universidad Técnica de Ambato. Ambato – Ecuador.

029. HERRAMIENTAS COLABORATIVAS QUE APOYAN EL APRENDIZAJE CONSTRUCTIVISTA.

Autores:

Lcda. Denisse Salcedo MSc.

Universidad de Guayaquil – Facultad de Comunicación Social – Carrera de Diseño Gráfico -
Docente

denissapa73@hotmail.com - denisse.salcedoa@ug.edu.ec

Lcda. Jenny Rosero Lozano MSc.

Facultad de Ciencias Naturales – Carrera de Biología - Docente

jenny.roserol@ug.edu.ec - jennymarosero@gmail.com

Lcdo. José Francisco Cruz Abril MSc.

Unidad Educativa Ati II Pillahuaso - Docente

joseca7@yahoo.com - joseca7@hotmail.com

RESUMEN EJECUTIVO

Referirse a la teoría constructivista es precisamente enfocar aquello denominado construcción del conocimiento, y esto se consigue mediante experiencias que favorezcan en un contexto productivo. La teoría constructivista presenta un paradigma novedoso para la era de la información en que vivimos, motivado por las Tecnologías de la Información y Comunicación, que han venido surgiendo de manera considerables durante los últimos tiempos.

Con la aparición de las tecnologías de la Web 2.0: Wikis, Redes Sociales, Blogs, entre otros, los docentes y estudiantes poseen un sin números de recursos que les permiten acceder de forma ilimitada a la información, así como de ser promotores de su ritmo de aprendizaje.

Se pretende precisar aquel vinculo existente entre el empleo de herramientas de la web 2.0 y aquellas teorías constructivistas, experimentar como las Tecnologías de la Información y Comunicación aportan aplicaciones que, al ser utilizadas en el aprendizaje, brindar como resultado una experiencia de aprendizaje muy peculiar para el sujeto, permitiendo ser promotor en la construcción de su conocimiento.

Modificar esquemas tradicionales en las aulas, en donde un papel y un lápiz eran los ejes del aprendizaje, y la apertura a nuevos y novedosos paradigmas donde a esas herramientas tradicionales se le agreguen estas nuevas aplicaciones como parte de las Tecnologías, permiten aportar con una nueva forma de aprender, creando en los educandos experiencias únicas de acuerdo a los estilos de enseñanza aprendizaje, es decir en la construcción de su conocimiento. Es así que basamos esta información en las herramientas colaborativas que apoyan al aprendizaje constructivista.

Palabras Clave:

Herramientas colaborativas

TIC

Aprendizaje Constructivista

INTRODUCCIÓN

La educación ha traspasado las fronteras del aula escolar, a nivel mundial han producido cambios en la forma de impartir los contenidos curriculares y se promueve la adquisición de conocimientos basados en herramientas tecnológicas, e inclusive la Carta Magna del Ecuador en su Art. 347, número 8, promueve la introducción de las tecnologías de la información y la comunicación en el proceso educativo.

Las TIC desempeñan un papel importante en el proceso de aprendizaje (Díaz Barriga, 2009), por su facilidad de uso, variedad de herramientas, ayudan a superar las barreras espacio-temporales, promueven la profundización de los contenidos curriculares. Los softwares basados en TIC pueden convertirse en poderosas herramientas que promuevan el aprendizaje colaborativo, participativo, basado en proyectos, donde el docente deja de ser el centro de atención para convertirse en un facilitador de la información y guía del aprendizaje constructivista. (Ramírez, 2012; Carrasacal & Alvarino 2009).

Por otro lado, debemos recordar que no solo las TIC influyen en el proceso de enseñanza-aprendizaje, también influye las estrategias didácticas que el docente emplee para impartir cada tema, Ausubel (1998). Manifiesta que el docente debe ser incorporar en su planificación una enseñanza estratégica para que se produzca un aprendizaje significativo de los contenidos, el docente debe mejorar y enriquecer las oportunidades de aprender de los estudiantes aplicando todas las ayudas que requiera el estudiante para que se apropie del conocimiento. En concordancia con Ramos (2012), quien afirma que es oportuno aplicar estrategias didácticas para facilitar la asimilación de los contenidos y mejorar el nivel académico de los educandos.

La introducción de las TICs en la educación abre muchas posibilidades (Díaz Barriga, 2014), la investigadora en la conferencia iberoamericana de ministros de educación manifestó, que las TICs constituyen un fenómeno social que ha transformado la vida de millones, es de gran trascendencia para muchas disciplinas pero en la educación no ha tenido la utilización ni la acogida necesaria, que su utilización se enmarca en realizar las cosas que se venían desarrollando en forma manual, ahora se lo realiza con la ayuda de una computadora, si obtener el máximo provecho de los beneficios que éstas nos proporcionan.

¿En este punto, cabría preguntarse, la utilización de las TIC, permite adquirir un aprendizaje duradero, significativo, que sirva de apoyo al nuevo conocimiento a fin de que logre concatenarse con los conocimientos previos, aplicándose el aprendizaje constructivista?

El principal objetivo de la investigación es determinar el vínculo que existe entre la aplicación efectiva de las TIC a través de las herramientas WEB 2.0 y las teorías del aprendizaje constructivista.

Desarrollo:

Al referirse a tecnología, esta ha causado uno de los mayores impactos en nuestra sociedad y sobre todo en el campo educativo la impresión de textos ha permitido la creación de libros que sirvieron de herramientas para el aprendizaje, así como también se ha venido sustituyendo las pizarras y tizas a un papel y minas permitiendo que se preservara la escritura tradicional.

A medida que pasa el tiempo los esquemas tradicionales van dando paso a las Nuevas tecnologías, las mismas que están causando repercusión en los métodos y estrategias de aprendizaje que han empleado los docentes con sus educandos, provocando una revolución tecnológica en la metodología de enseñanza aprendizaje. El constructivismo es una teoría que “se enfoca en la construcción del conocimiento a través de actividades basadas en experiencia ricas en contexto” (Requena, 2008). Esta teoría nos indica que el conocimiento se construye, más no representa una reproducción.

El aporte del constructivismo es permitir al educando enfocarse en tareas auténticas, estas tendrán una relevancia y utilidad en el mundo real. Los educandos cuentan con oportunidades que le permitirán ampliar su experiencia de aprendizaje al emplear las nuevas tecnologías de la Información y Comunicación como herramientas para el aprendizaje constructivista, presentando múltiples opciones que permitirán convertir un aula tradicional en un nuevo espacio, exhibiendo novedosas actividades que permitirán innovar de forma colaborativa y con aspectos creativos que les admitan aprender de una manera divertida y afianzar lo aprendido. Estas características dan como resultado que el propio estudiante sea el actor principal en la construcción de su conocimiento, dándole oportunidad a explorar libremente el ambiente tecnológico, y el docente se convierta en una guía y mentor que participe monitoreando la clase, despejando dudas o en la resolución de algún problema.

El trabajo colaborativo en el aula no es algo nuevo, lo realmente novedoso es la Gestión de tareas que potencien la labor colaborativa que se encuentra apoyado en la Web 2.0., considerada como un apéndice de la web, la misma que se encuentra basada en comunidades de usuarios con múltiples servicios, permitiendo el fomento de la cooperación y el intercambio de la información de forma ágil. Así también se puede decir

que ofrece un universo de posibilidades en la construcción grupal de conocimientos mediante herramientas que favorecen el trabajo compartido, Bernal (2014).

El contar con este tipo de herramientas colaborativas pedagógicamente permite realizar un sin número de actividades que permiten la acción colaborativa - participativa con los educandos en el aula.

Cabe recalcar la importancia que como docentes debemos fijar la atención en cuanto al uso que debe darse a este tipo de herramientas al impartir clases y de esta manera guiar a los educandos en la producción de actividades colaborativas, sin dejar de lado el objetivo esencial del proceso de enseñanza aprendizaje.

Al trabajo colaborativo se le puede considerar como la participación de mucha gente, organizaciones, que siempre se insertarán en un contexto dinámico, hay que partir de la premisa que el **trabajo colaborativo es un proceso en el cual cada individuo aprende más de lo que aprendería por sí solo, como fruto de la interacción de los integrantes del equipo**, siendo el resultado es será enriquecedor.

Al aplicar la hermenéutica, los pensadores postmodernistas apuestan a la educación como un medio idóneo hacia la construcción de mejores estilos de vida, “frente a los numerosos desafíos del porvenir, la educación constituye un instrumento indispensable para que la humanidad pueda progresar hacia los ideales de paz, libertad y justicia social”. Delors presentó un informe a la UNESCO donde enfatiza cuatro premisas que favorecen a la educación en el siglo XXI que debe considerar los gobiernos en el sistema educativo, las mismas que son: aprender a aprender, aprender a hacer, aprender a ser y aprender a trabajar en grupo.

El avance de una nación será sustentado siempre y cuando se cumpla con las premisas y se vean resultados favorables. Esta se consigue mediante aprendizajes constructivistas, evidenciándose cuando los educadores se involucren en el proceso de enseñanza aprendizaje lo que se puede evidenciar cuando se propicie en los educandos el trabajo en equipo y enseñar a aprender.

La investigación tiene como objetivo la gestión de tareas mediante un trabajo colaborativo que va en función de un modelo pedagógico, cuya base es la interacción y construcción de conocimientos en forma colectiva y se vuelve optimo al trabajar de manera mancomunada con el trabajo en red. Al llevar esto al aula de clase conlleva a docentes y estudiantes a ir de la mano permitiendo sumar esfuerzos, talentos y competencias y se cumple la premisa propuesta en la UNESCO de aprender haciendo, aprender interactuando, aprender compartiendo.

La riqueza al gestionar tareas que potencien la labor colaborativa radica en el aprendizaje reflexivo de los educandos, este intercambio de aprendizajes y saberes permite en ocasiones mejor comprensión de los participantes del equipo viéndose reflejado en el logro eficaz de una actividad. El desarrollo de competencias que permitan el trabajo en grupo permite colaborar con experiencias de aprendizaje se hacen cada vez más necesarias en las denominadas sociedades de la información y la comunicación.

Al hablar de Gestionar tareas para potenciar la cooperación grupal se puede considerar la participación de mucha gente, organizaciones, instituciones o también podría darse el caso que sea un grupo pequeño. Cualquiera de ellas que se considere, debe ser siempre insertada en un contexto Dinámico, hay que partir de la premisa que el **trabajo colaborativo es un proceso en el cual cada individuo aprende más de lo que aprendería por sí solo, como fruto de la interacción de los integrantes del equipo**, es así que el fruto de un trabajo en grupo aplicando herramientas colaborativas, da un resultado muy enriquecedor a diferencia de aquel realizado de forma individual.

El trabajo colaborativo tendrá éxito, siempre y cuando los miembros del grupo logren aprender unos de otros y al final conseguir el objetivo que se estableció desde el inicio.

Es así que, en la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, se ha observado la problemática que se evidencia durante el proceso de enseñanza aprendizaje, no se emplea adecuadamente las Tecnologías de la Información y Comunicación en el proceso de enseñanza aprendizaje que beneficien al trabajo colaborativo.

El interés de buscar herramientas Colaborativas que apoyen al aprendizaje constructivista, más conocido como Herramientas de la Web 2.0, para potenciar el Trabajo Colaborativo entre los educandos y educadores de la carrera, luego de búsquedas de herramientas que permitan trabajar de manera efectiva con los grupos en el aula de clase, se ha considerado Google Drive, Blog, mediante estas herramientas se trabaja con tareas que permite el trabajo colaborativo.

La temática del trabajo colaborativo se ha confundido frecuentemente con la del trabajo de grupo, cuando es necesario realizar desde el inicio la diferencia entre ambos, el trabajo colaborativo, es trabajo en grupo; pero el trabajo en grupo, no es trabajo colaborativo, la siguiente tabla muestra claramente las diferencias más sobresalientes.

Tabla 1 DIFERENCIAS

TRABAJO EN GRUPO	TRABAJO COLABORATIVO
Sujetos: grupos heterogéneos.	Sujetos: grupos homogéneos
Liderazgo: un líder.	Liderazgo: compartido por todos.
Responsabilidad del trabajo y/o aprendizaje: individual.	Responsabilidad del trabajo y/o aprendizaje: compartida.
Objetivo final: completar la tarea.	Objetivo final de aprendizaje y de relación.
Evaluación: individual y/o grupal.	Evaluación: media de las puntuaciones individuales, se elige la puntuación más baja del grupo y se promedian (así se evalúa el trabajo y la metodología).

GENERALIDADES SOBRE LAS ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

MÉTODO:

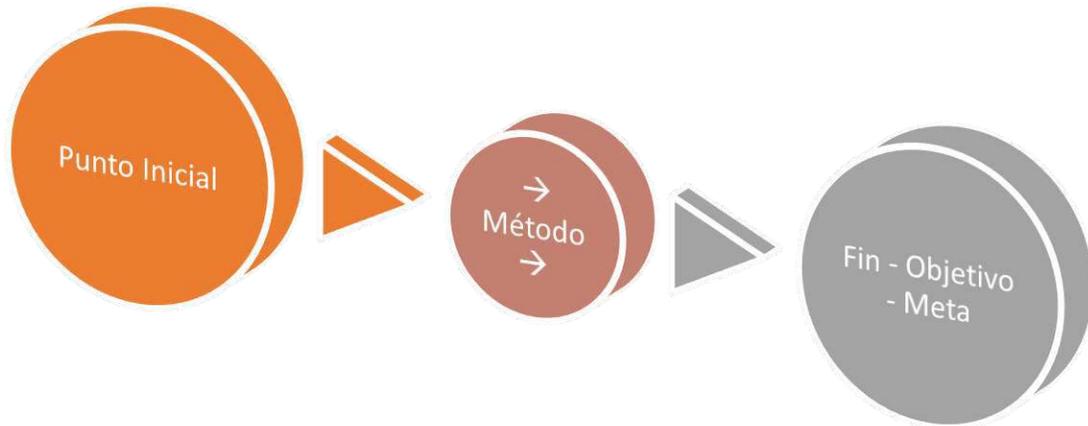
Desde el punto de vista etimológico, la palabra método indica el "camino para llegar a un fin". Utilizar un método es trabajar de manera ordenada y calculada para alcanzar objetivos previsto.

Definición:

Es la organización racional y practica donde se alinean las técnicas de enseñanza en dirección del aprendizaje del estudiante hacia los resultados deseados. Por lo tanto, el método esta contrapuesto a la suerte y al azar sin perjudicar la calidad de la enseñanza.

El método es propiamente el camino que se sigue en el campo de la investigación, señala una vía y asimilación de la verdad. El método utiliza los procedimientos como medio práctico para lograr un fin determinado.

Gráficamente, la concepción del método puede expresarse del siguiente modo:



El método no es uno solo. Hay tantos métodos como fines se proponga el hombre alcanzar dentro del área de sus actividades. Por eso no se puede hablar de método, sino de métodos.

Así los estadistas tienen un método para gobernar, los médicos para combatir las dolencias; los sacerdotes, para la dirección espiritual; los científicos para investigar en su especialidad; los educadores, para la formación integral de la personalidad del educando; el agricultor, para hacer producir mejor la tierra, el vendedor para comercializar mejor sus productos, etc.

TIPOS DE MÉTODOS.

Muchos son los métodos activos que los pedagogos plantean para el logro del aprendizaje significativo. En este trabajo según la propuesta del Ministerio de Educación. Desarrollaremos solo cuatro: el heurístico, el de discusión y debate, el de descubrimiento y el lúdico.

EL MÉTODO HEURÍSTICO.

La heurística tal como la conocieron los sofistas, es el arte de sostener una discusión. De modo muy genérico y vago se califica así, a una actividad científica que busca la aproximación estructural para aprender relaciones.

El método heurístico conduce al alumno a descubrir por sí mismo, el contenido conceptual que se pretende enseñar. Para esto el profesor debe valerse de una serie de preguntas entrelazadas y graduadas en pos del descubrimiento de la verdad. Por esta razón se le considera como una actividad mental y didáctica, donde la única preparación del tema no se reduce a un plan preestablecido, sino que, al estudio constante; a la curiosidad inagotable, por el permanente proceso de creación tal como dice Hernández Ruiz: en una palabra, la preparación de sí mismo y no de las lecciones.

El método heurístico puede relacionarse individual y grupalmente siguiendo estas fases:

- a. Comprensión del problema.
- b. Concebir un plan.
- c. Ejecución del plan.
- d. Visión retrospectiva.

Objetivo:

- Lograr que un grupo discuta ordenadamente un tema con la máxima participación de sus miembros.

Características:

- Informal y ágil. Permite gran participación de los miembros del grupo.
- La intervención del moderador es fundamental.

Organización:

- El moderador prepara el material e información cuya distribución debe realizarse con anticipación.
- Prepara también preguntas con las que estimulará el debate.

Desarrollo:

- El moderador encuadra el tema.
- Formula primera pregunta e invita al grupo a participar.

EL MÉTODO DE DISCUSIÓN Y DEBATE.

Según (Calixto Suarez, 2011), las técnicas de descubrimiento, reemplazan a los antiguos métodos didácticos como la inducción, deducción y otros semejantes encaminados a generar habilidades y destrezas intelectuales en los educandos, como la capacidad de pensar, de sumar, de producir, crear, participar inteligentemente en el proceso social, cultural, político, científico y tecnológico, y transferir las experiencias educativas a las diversas situaciones que debe resolver a diario.

Este método desarrollado por David Ausubel, consiste en que el profesor debe inducir a que los estudiantes logren su aprendizaje a través del descubrimiento de los conocimientos. Es decir, el docente no debe dar los conocimientos elaborados, sino orientar a que los estudiantes descubran progresivamente a través de experimentos, investigaciones, ensayos, error, reflexión, discernimiento.

POBLACIÓN Y MUESTRA:

Nº	Estratos	Población
1	Docentes	20
2	Estudiantes	1000

Muestra de la población de estudio.

Nº	Estratos	Población	Muestra	Tipo de Muestra
1	Docentes	20	3	Muestreo no probabilístico Discrecional
2	Estudiantes	1000	50	Muestreo no probabilístico Discrecional

Según Torres Mariela y Paz Karim (2008) “en el muestreo no probabilístico discrecional los elementos de la muestra son seleccionados por el encuestador de acuerdo a criterios que él considera de aporte para el estudio”.

CONCLUSIONES

Las Tecnologías de la información y Comunicación están aportando favorablemente con aplicaciones que crean, para el proceso de enseñanza aprendizaje nuevos paradigmas que con el apoyo de redes sociales pueden funcionar como un aula después de las clases presenciales, es decir un espacio virtual donde los estudiantes, el docente mantengan un contacto constante sin límites espaciales ni de tiempo. Google Drive aporta un nuevo sentido a los libros, tareas y al compartir información: nos permite crear archivos que queden almacenados en la plataforma, así también el estudiante puede ser partícipe de sus ensayos y compartir su información, puede ser el protagonista y escribir en ella sus ideas y sus notas de lo aprendido en clase. No se limita a escritos de una sola persona, también los compañeros y el profesor pueden acceder a los escritos. Los blogs funcionan como bitácoras en línea, donde el alumno puede crear su propio espacio para subir artículos relacionados a los temas que se estén impartiendo en clase, según la asignatura. Los sitios webs como YouTube y Flickr permiten que los alumnos puedan integrar en sus blogs y espacios de redes sociales, vídeos y fotos que ilustren el tema que exponen.

Una vez que se realizaron las actividades con los educandos y docentes se ha observado que trabajar con este tipo de herramientas efectivamente apoyan al aprendizaje colaborativo, además que mediante esta herramienta permite potenciar el trabajo colaborativo en el aula de clase e incluso motiva a los estudiantes a participar con sus aportes en cuanto a la temática que se plantee.

No podemos olvidar que se cumple con la teoría constructivista, debido a que el estudiante es partícipe en la construcción de su aprendizaje al mismo tiempo que el docente está orientando mediante un acompañamiento en este proceso de construcción de conocimiento mediante sus experimentos, investigaciones, ensayos, error, reflexión, discernimiento.

Bibliografías:

BERNAL, AUGUSTO (2014). 20 Herramientas para crear actividades educativas interactivas. Colombia, disponible:<http://tics-ti.blogspot.com/2014/02/20-herramientas-para-crear-actividades.html>

DIAZ BARRIGA, F. (2010). Metas Educativas 2021. Conferencia Iberoamericana de Ministros de Educación, (pág. 1). Buenos Aires Argentina. Obtenido de <http://www.oei.es/metas2021/expertos02.htm>

HERNANDEZ, S.C. (2009). Evaluación de las habilidades Cognitivas. México: Universidad de Guadalajara.

INGRID, M. G. (2008) Introducción al aprendizaje cooperativo, actividades y dinámica de grupo en el contexto universitario. Curso de formación de profesorado de la Universitat de les Illes Balears.

RAMIREZ MONTOYA, M. (2012). Modelos y estrategias de enseñanza para ambientes innovadores. México: Editorial Digital.

REQUENA, S.H. (2008). El modelo constructivista con las nuevas tecnologías: aplicado en el proceso de aprendizaje. <http://rusc.uoc.edu0>

http://www.forodeeducacion.com/numeros7_8/009.pdf

<http://www.xelso.com/oficina-en-la-nube/guia-de-trello-gestor-de-tareas-con-kanban>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010).

<https://trello.com/>

Metodología de la investigación. México: Editorial Mc Graw Hill.

<http://www.arturogoga.com/2012/11/23/trello-una-excelente-herramienta-colaborativa-paraorganizar-proyectos-y-realizar-tareas-kanban/>

<http://www.dispersium.es/trello-el-administrador-de-proyectos-definitivo/>

030. LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR, DEMANDA DE LA SOCIEDAD ACTUAL.

Autores:

PhD. Rosario León Robaina

Doctora en Ciencias de la Educación. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Oriente, Cuba.
rosario@uo.edu.cu

MSc. Tania Macia Quintosa

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Oriente, Cuba. tmacias@uo.edu.cu

PhD. Rafael Antonio Sorhegui Ortega

Doctor en Ciencia Económicas. Director de Investigación y docente titular de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador.
rsorhegui@ecotec.edu.ec

RESUMEN

Durante el siglo XX y los primeros años del XXI las universidades han vivido procesos de profunda transformación y significación social y política. Los procesos de globalización, reformas económicas y la evolución que ha venido aconteciendo, en las sociedades y en las instituciones, hace que las universidades, se vean en la necesidad de adaptar e innovar sus procesos para adecuarse a las nuevas y siempre cambiantes condiciones del contexto, cumplir con sus renovadas misiones, y convertirse a su vez en organizaciones que aprenden de su propio desempeño.

Las Instituciones de Educación Superior, han manifestado en forma reiterada su preocupación por la calidad del cumplimiento de estas funciones, de la gestión que se realiza de cada uno de sus procesos, de su adecuado manejo depende la calidad del recurso humano que se forma en ellas y del profesional que se inserta en el desarrollo económico–social de nuestros países.

La educación es un factor fundamental del desarrollo humano. A través de ella, cada país amplía su base cultural, satisface las necesidades de formación profesional y forma una alta inteligencia para la ciencia y la tecnología. La posición del país en el contexto internacional y en un marco de globalización creciente depende, en gran proporción, de su capacidad endógena para propiciar la mejor formación posible de las personas. El conocimiento es en la actualidad el eje de la transformación productiva con equidad y la llave para que cada ciudadano pueda desenvolverse en la sociedad contemporánea, la sociedad del conocimiento.

INTRODUCCION.

Las universidades se fortalecen en la medida que se integran con otros sectores que dinamizan los procesos universitarios, ello contribuye a dar sentido en la medida que

promueve una cultura de la calidad de los procesos universitarios relacionados con las expectativas y particularidades que han redimensionado la academia en la sociedad del conocimiento.

Nuestra propuesta parte de la convicción de que es necesario generar una mejor comprensión de la calidad de la gestión universitaria de manera que ésta pueda: a) promover modos de acción que permitan la equidad y aumentar la calidad y la creatividad en el desempeño de las funciones universitarias, b) preservar la misión y funciones de las Instituciones de Educación Superior, y c) satisfacer requerimientos de consistencia con las prioridades establecidas en la asignación de recursos, de eficiencia y de productividad en su utilización y de eficacia en el logro de los objetivos fijados.

El propósito central es promover el análisis y la discusión de la problemática de la calidad de la gestión universitaria y de su acreditación. Nuestra propuesta constituye un intento de identificar aquellas cuestiones relevantes para el perfeccionamiento de la gestión universitaria a partir del contexto en que la misma se desarrolla: demandas crecientes, recursos escasos, exigencias ineludibles y su obligación de consolidar las capacidades institucionales para el desempeño de sus funciones básicas de generación, procesamiento, acumulación y transmisión de conocimiento.

Las experiencias educativas, culturales y sociales, sirven de base en el desarrollo docente, institucional y pedagógico, promoviendo el desarrollo de una cultura de la calidad en las Instituciones de Educación Superior, lo cual debe generar nuevas formas de organización y gestión de los procesos universitarios que genere nuevos conocimientos innovadores.

LA EDUCACIÓN SUPERIOR Y LA CALIDAD .

La universidad tiene como misión procurar el desarrollo armónico e integral de la comunidad universitaria, entendiendo como tal a estudiantes, profesores, investigadores, directivos, trabajadores administrativos, de servicio y de apoyo a la docencia, así como a la sociedad a la cual pertenece y en la cual se desarrolla. Ella se proyecta a la sociedad a través de sus propuestas culturales de formación, investigación, extensión, enmarcadas en cada tiempo y en la manera de entender no sólo en el entorno en el cual se inserta, sino también la propia academia.

Desde esta óptica el aprendizaje se constituye en la base del progreso integral del estudiante, los profesores y de la misma sociedad, el alumno aprenderá a forjarse por sí mismo un contenido universal para su vida personal, social, afectiva, ética y profesional. La sociedad, a la vez, aprenderá a desarrollar con acciones que manifiesten nuevas formas organizativas, productivas, sociales, políticas y culturales como forma de entender y poner en práctica la ciencia y la técnica.

El documento del Banco Mundial "La enseñanza superior: las lecciones derivadas de la experiencia" (Washington, D.C., junio 1995), examinaba las perspectivas de la educación, haciendo énfasis en su calidad, pertinencia y financiamiento. Este documento tuvo su impacto sobre el objeto que se analiza, dado que las tesis formuladas por el Banco Mundial influyeron directamente en las políticas gubernamentales, y se convirtieron en requisito exigido para el otorgamiento de créditos. Algunos temas de interés son los siguientes:

- reconocer la importancia de la educación superior para el desarrollo económico y social,
- introducir políticas explícitamente diseñadas para dar prioridad al mejoramiento de la calidad y al fomento de la equidad,
- establecer sistemas de concursos sobre la base de la calidad y eficiencia, tanto en universidades públicas como privadas, para el financiamiento de la investigación,
- establecer como objetivos prioritarios en la reforma de la educación superior: a). incrementar la calidad de la enseñanza y la investigación; b). mejorar la respuesta de la educación superior a las demandas del mercado laboral y a las cambiantes demandas económicas; c). incrementar la equidad
- dirigir el financiamiento del Banco a apoyar los esfuerzos para hacer la educación superior más eficiente a menor costo
- orientar los préstamos a la reforma de los sistemas de educación superior, el desarrollo institucional y el mejoramiento de la calidad

Otro documento de la UNESCO "Documento de política para el cambio y el desarrollo de la educación superior" (París, febrero, 1995), pretendía poner en un lugar prioritario de la agenda nacional el tema de la educación y suscitar una renovación del apoyo a la educación superior a nivel mundial, como el instrumento por excelencia para alcanzar el desarrollo humano sustentable. Dicho documento parte de la importancia de evaluar la visión de las IES, pero no vista desde el marco estrecho de la institución, sino desde la participación de todos los sectores que tienen que ver con ella. Los temas de interés para el objeto de estudio son:

- una de las tendencias que debe ser apoyada por todos los medios disponibles es la diversificación, pero para obtener el apoyo se debe garantizar la calidad de las instituciones y programas,
- se deben reexaminar las relaciones entre la educación superior y la sociedad civil y, de manera particular , entre la educación superior , el universo de trabajo y el sector productivo,
- el sistema de educación superior debe ser suficientemente flexible para hacerle frente a los retos de un mercado de trabajo rápidamente cambiante,
- las instituciones de educación superior deben resaltar los valores éticos y morales en la sociedad, procurando despertar un espíritu cívico activo y participativo entre los futuros graduados,
- deben existir relaciones constructivas entre Estado y Universidad, como requisito para el proceso de transformación de la educación superior, estas relaciones se fundamentan en el respeto a la libertad académica y a la autonomía institucional,
- como tarea relevante se destaca el esfuerzo especial para renovar los métodos de enseñanza - aprendizaje y destacar el lugar de la docencia,
- la universidad debe ser un lugar donde se imparta una formación de alta calidad, que prepare a los estudiantes para desenvolverse de manera eficiente y efectiva en una amplia gama de funciones y actividades cívicas y profesionales,

- un ámbito de aprendizaje fundamentado solo en la calidad y conocimiento, que le inculque a los futuros graduados el compromiso de seguir buscando el conocimiento y el sentido de responsabilidad para poner su formación al servicio del desarrollo social,

Cuando hablamos de calidad en la educación superior, muchas veces se identifica con los valores de crecimiento cuantitativo de la institución como el total de las producciones científicas individuales o colectivas, total de patentes o registros, en función de las demandas de la sociedad o los indicadores de medición que sin fundamentación se establecen y forman parte de los procesos de evaluación para establecer un referente de calidad, es importante evitar que se relegue la calidad a procesos y tendencias parciales medibles solo numéricamente que no dimensionan la parte integral de todos los elementos que en un proceso universitario determinan su impacto y relevancia social. Estos aportes enfocan tres elementos comunes:

Diversificación: la universidad deberá flexibilizar sus estructuras académicas y métodos de enseñanza, además, evolucionar hacia la integración de un sistema nacional de educación superior universitaria. La educación superior como sistema debe ser un centro de educación permanente para la formación, actualización y el reentrenamiento.

Innovación: el paradigma de la educación superior actual se enmarca con lo que, Alvin Toffler (1994), denomina "la sociedad del conocimiento". La innovación implica un sistema de educación superior al servicio de la imaginación y de la creatividad, lo cual representa promover la transformación curricular y en los métodos de enseñanza - aprendizaje.

Demanda de mercado: respecto de la relevancia y competitividad de los graduados. La relación con el mercado de trabajo se basa en la naturaleza cambiante de los empleos, que demandan conocimientos y destrezas en constante renovación y evolución. Se requiere un sistema de educación superior lo suficientemente flexible para hacer frente a un mercado de trabajo rápidamente cambiante. El documento de la UNESCO sostiene, "nos encontramos en una época en que ya no se puede aplicar más la ecuación 'título = trabajo', se espera que la educación superior produzca egresados que no sólo puedan ser buscadores de trabajo, sino también empresarios de éxito y creadores de empleo".

Las Instituciones de Educación Superior, ha manifestado en forma reiterada su preocupación por la calidad del cumplimiento de estas funciones, de la gestión que se realiza de cada uno de sus procesos, de su adecuado manejo depende la calidad del recurso humano que se forma en ellas y del profesional que se inserta en el desarrollo económico –social de nuestros países. Garantizar la calidad en los procesos formativos de la educación superior requiere ser tratado bajo un nuevo paradigma, es necesario encontrar fórmulas que garanticen la formación integral de los profesionales, a partir de considerar nuevas formas de aprendizaje y educación que tengan entre otros los siguientes criterios:

- Durante todo este tiempo, se ha enseñado todo tipo de conocimientos, pero no se ha enseñado cómo generar nuevos conocimientos.
- Se ha enseñado inclusive dónde y cómo encontrar todo tipo de conocimientos, pero no a combinarlos para obtener nuevos conocimientos.

- Se han enseñado las reglas de cómo pensar lógicamente, pero no se ha enseñado a producir pensamientos nuevos.
- Se ha enseñado todo tipo de pensamientos, pero no el proceso y la mecánica para llegar a ellos.
- Se ha enseñado a creer ciegamente en un paradigma, pero no se ha enseñado a romper con él y a crear nuevos.

Conviene considerar las anteriores reflexiones en momentos en que los estudiosos del tema afirman que la instalación en el futuro y la incorporación de la visión prospectiva, harán que la educación superior contribuya a la elaboración de los proyectos futuros de la sociedad, inspirados en la solidaridad, en la equidad y en el respeto del ambiente. No olvidemos que hoy en día las universidades no tienen el monopolio de la enseñanza ni de la investigación.

Como señala el autor Fernández Lamarra, existen diversos criterios sobre que entender por calidad en la Educación Superior al respecto señala: “Los informes nacionales de Ecuador o de Colombia, explicitan que la calidad “debe ser contextualizada en función de realidades institucionales y regionales particulares,[...] implica el despliegue continuo de políticas, acciones, estrategias y recursos”; en el caso de Cuba, lo que se propone es definir la calidad por la pertinencia, es decir, “por su relación con las necesidades de una sociedad sostenible y justa”; en República Dominicana se define calidad como “un proceso continuo e integral, cuyo propósito fundamental es el desarrollo y la transformación de las instituciones de educación superior y de las actividades de ciencia y tecnología”; o bien, como se señala en el informe del Caribe Anglófono, la calidad se reconoce como un multifacético término que es relacionado con la excelencia y se comprende como “la conformidad a la especificación de la misión y el logro de las metas dentro de estándares públicamente aceptados sobre la responsabilidad y la integridad de las instituciones” (Fernández Lamarra, 2007).

Por su parte la UNESCO (París, 1998) señalaba que: “Calidad es la adecuación del Ser y Quehacer de la Educación Superior a su Deber ser”.

Todo lo anterior nos permite afirmar que la calidad de la educación superior es un concepto dinámico, diverso multidimensional y total;

- Dinámico, porque cambia con el tiempo,
- diverso, porque depende del contexto social de cada país,
- multidimensional, puesto que es producto de diversas condiciones; y,
- total, teniendo en cuenta que implica una atención a y desde las diferentes dimensiones del aprendizaje y los procesos que intervienen para lograrlo,

y que más que hablar de un concepto absoluto de calidad, lo que nos correspondería es debatir cómo se realizan apreciaciones de la calidad de un programa o institución, y como se manifiestan en los cuatro criterios que suelen servir de referencia para evaluar el desarrollo de la educación superior: relevancia, eficacia, eficiencia y equidad, esto nos llevaría a priorizar la puesta en marcha de procesos de cambios institucionales en una búsqueda constante de ese ideal de calidad de la educación superior.

El auge tecnológico y el fenómeno de la globalización impactan de forma permanente los procesos de cambio de las instituciones de educación superior y la concepción de la calidad en las mismas.

La exigencia de contar con una educación de mayor calidad es una demanda de la sociedad actual, un imperativo del exigente mundo en que estamos inmersos, el cual ha creado la urgente necesidad de que el trabajo del hombre sea mucho más eficiente, para lo cual se requiere de mayor preparación.

Las Instituciones de Educación Superior y en especial las Universidades desempeñan un rol de suma importancia en la formación de recursos humanos del más alto nivel y en la creación, desarrollo, transferencia y adaptación de tecnología de manera que lo que ellas hacen para responder adecuadamente a los requerimientos de la sociedad moderna se constituye en un imperativo estratégico para el desarrollo nacional.

Las Universidades son reconocidas cada vez más como un instrumento de desarrollo de territorios, regiones y países, y están consideradas como un factor clave para incrementar la competitividad y calidad de vida de la sociedad en la cual se desarrollan. El desafío para las instituciones de Educación Superior en el contexto actual es el de enfrentar un mundo en el cual los sistemas productivos están en permanente transformación, el desarrollo tecnológico transforma los sectores productivos y de prestación de servicios, los cambios en las comunicaciones han modificado la forma de percibir el tiempo y las distancias, a la vez que abren nuevas perspectivas para la docencia y la investigación.

La calidad en la educación superior ha pasado de un paradigma tradicional que se enfocaba a mejorar la calidad de la educación para satisfacer la demanda de mercado hacia una nueva visión enfocada en mejorar la calidad de la educación para crear nueva oferta de mercado (innovación, ciencia y tecnología). Estamos hablando de entender como calidad de la educación superior la interrelación entre planes de estudio actualizados y contenidos curriculares orientados a la metodología participativa. La tendencia a nivel mundial a fomentar los mecanismos de acreditación dada la globalización de mercados, pasa de ser "voluntaria" a ser indispensable para la subsistencia de la universidad, por lo tanto, este tema debe ser de especial interés para la comunidad académica. El proyecto de una nueva universidad se está gestando en el marco de nuevas políticas que tienen como sus ejes la "calidad" y la "excelencia académica".

DE LA ACREDITACIÓN A LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR.

En estudios que se han desarrollado en los diferentes países en América Latina, sobre las diferentes formas de garantizar la calidad en las instituciones de Educación Superior, se evidencia como una de las estrategias principales la acreditación ya sea en el ámbito institucional o en los diferentes procesos y diferentes programas que en ella acontecen.

Los principales objetivos de un proceso de acreditación universitaria están dados por:

- 1.- Fomentar la calidad de la educación superior
- 2.- Reconocer altos niveles de calidad

- 3.- Servir de medio para el rendimiento de cuentas acerca del servicio educativo que se presta
- 4.- Propiciar la idoneidad y solidez de las instituciones de educación superior
- 5.- Señalar paradigmas de calidad a las IES
- 6.- Propiciar la cultura de la autoevaluación
- 7.-Hacer visibles competencias y características ante necesidades y demandas
- 8.- Proponer un horizonte para el ejercicio responsable de la autonomía

El establecimiento de un Sistema Nacional de Acreditación es una respuesta a la necesidad, expresada en múltiples escenarios, de fortalecer la calidad de la educación superior y al propósito de hacer reconocimiento público del logro de altos niveles de calidad, buscando preservar así derechos legítimos que en esta materia tienen los usuarios del sistema de educación superior y la sociedad global.

Se tiene conciencia de la necesidad de crear condiciones para la consolidación del sistema educativo universitario, de manera que las instituciones puedan responder a los retos derivados de los procesos de modernización y globalización y a la vinculación intensa y creciente entre la investigación científica y tecnológica y la producción de bienes y servicios. Se requiere adecuar los procesos formativos para que estos cumplan las funciones profesionales, investigativas y de servicio social que, dentro de este contexto, demanda el país.

El desarrollo de la ciencia y de la tecnología y la continua renovación de técnicas y estrategias en el mundo del trabajo obligan a concebir la educación superior como un proceso permanente de profundización, actualización y perfeccionamiento. Es evidente que las comunidades académicas del país pueden y deben construir conocimiento, pero también es importante que en los programas académicos se incorporen críticamente los desarrollos mundiales en profesiones, disciplinas, ocupaciones y oficios y que los profesores de las instituciones de educación superior mantengan un diálogo permanente con sus pares nacionales e internacionales. Se requiere un impulso vigoroso a la interacción entre nuestras instituciones de educación superior y entre éstas y sus homólogas en el mundo.

La aplicación responsable de los conocimientos producidos por las comunidades académicas internacionales exige un trabajo de apropiación crítica y creativa de saberes y técnicas, que supone exploraciones de los contextos posibles de esa aplicación, a través de las cuales se puedan predecir efectos sociales, ambientales, culturales y económicos a mediano y largo plazo.

Dentro de esa perspectiva, la investigación aparece como una exigencia fundamental, si se tiene en cuenta que no basta asimilar los conocimientos universales sino que se requiere transformarlos, seleccionarlos, reorganizarlos y construir nuevos nexos con la práctica, para adaptarlos a las condiciones del aprendizaje y a las necesidades del contexto nacional, regional o local. La preocupación de la educación superior por los requerimientos actuales y futuros del país supone formar profesionales, en distintas áreas y campos de acción, que enfrenten nuevos retos derivados de los avances científico-técnicos y de la explicitación de necesidades sociales previamente desatendidas o desconocidas.

La acreditación es, además de un camino para el reconocimiento por parte del Estado de

la calidad de las instituciones de educación superior y de programas académicos, una ocasión para comparar la formación que se imparte con la que se reconoce como válida y deseable, un instrumento para promover y reconocer la dinámica del mejoramiento de la calidad y para precisar metas de desarrollo institucional.

El proceso de acreditación canaliza los esfuerzos que las instituciones han venido haciendo para realizar la evaluación sistemática de sus programas y, en general, del servicio que prestan a la sociedad. La acreditación es exigente porque, teniendo siempre en cuenta la naturaleza de la institución y del programa, debe garantizar la más alta calidad en todos los casos.

Las instituciones de educación superior tienen que asumir el reto de ser contemporáneas y de preparar los sujetos del desarrollo nacional en el contexto de los principios constitucionales y de nuestra fisonomía geográfica, social y cultural, que es al mismo tiempo una y diversa, para poder garantizar la modernización del país sin que este pierda su identidad.

Para tal empeño resulta indispensable fortalecer las comunidades académicas de disciplinas, profesiones, ocupaciones y oficios, como factor fundamental para alcanzar altos niveles de calidad en los distintos programas. La acreditación es un medio importante para reconocer hasta dónde ese proceso se cumple satisfactoriamente y para establecer qué tanto la educación superior está respondiendo a las exigencias que contemporáneamente le plantea el desarrollo del país.

La acreditación, en su connotación institucional e individual, implica una búsqueda de reconocimiento social y de prestigio por parte de los individuos que transitan por las instituciones educativas. En ese sentido, los procesos de acreditación se han constituido en un requerimiento en nuestros días, ya que están destinados a garantizar calidad y proporcionar credibilidad respecto a un proceso educativo y sus resultados.

En la medida en que la acreditación institucional y especializada representa un mecanismo para orientar las tareas educativas de la formación profesional, de acuerdo con prácticas y resultados ampliamente reconocidos, nacional e internacionalmente, se convierte en un medio indispensable para el mejoramiento general en la calidad de los sistemas de educación superior. De ahí que la acreditación tenga un papel estratégico dentro de las políticas educativas orientadas a promover cambios relevantes en la organización, eficiencia y eficacia de los sistemas de educación superior.

De ese modo, acreditación, evaluación y calidad están relacionadas entre sí, y resulta muy difícil considerarlas separadamente. Se acredita conforme a un proceso de evaluación y de seguimiento, con el fin de disponer de información fidedigna y objetiva sobre la calidad relativa de instituciones y programas universitarios, sea que estén en su fase de reconocimiento inicial o en pleno desarrollo de su proyecto institucional.

La discusión sobre el significado y la importancia de la calidad ha llevado a reconocer en la evaluación y en la acreditación los medios que puedan contribuir a una reforma de la educación superior, de tal manera que, además, se constituyan en los canales adecuados para comunicar a los usuarios de las instituciones, sobre los niveles alcanzados en las funciones básicas (docencia, investigación y vinculación con la comunidad) que desarrolla una institución universitaria.

La evaluación y la acreditación no son fines en sí mismos; son medios para promover el mejoramiento de la educación superior. Hasta ahora ha resultado usual asociar ambas actividades con el mejoramiento de la calidad, la generación de información para la toma de decisiones, la garantía pública de la calidad de las instituciones y de los programas que ofrece. Adicionalmente a esto, han servido también para garantizar la equivalencia y reconocimiento de títulos y grados en instituciones de un país o de varios.

Se entiende que la evaluación precede a la acreditación, en la medida en que la primera aporta los elementos de juicio sobre las características y cualidades de los sujetos e instituciones, de tal modo que sea posible determinar el grado de calidad con el que se cumplen funciones y tareas educativas.

La difusión de los resultados de la evaluación contribuye a que los diversos sectores interesados en la educación adquieran un criterio sobre la calidad de tales desempeños y programas. Así, se puede ir conformando un conocimiento relativo a cualidades de las instituciones, el mismo que permita la formación de juicios relativos a credibilidad, por parte de los usuarios.

Conclusiones

Si bien la acreditación y la evaluación guardan estrecha relación, son, a la vez, procesos diferenciables y complementarios, que permite identificar una determinada circunstancia educativa, analizarla y explicarla mediante información relevante. Un resultado normal de ese proceso es que permita generar juicios de valor que sustenten la toma de decisiones.

Con la evaluación se busca el mejoramiento de la institución, programa o individuo evaluado, constituyéndose en la base para la acción del mejoramiento correspondiente. En el caso de la acreditación, se trata de un procedimiento cuyo objetivo es comparar el grado de acercamiento del objeto analizado con un conjunto de normas previamente definidas e implantadas como deseables. Al mismo tiempo, la acreditación implica el reconocimiento público de que una institución o un programa satisfacen determinados criterios de calidad y, por lo tanto, son confiables.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Banco Mundial (1995) "La enseñanza superior: las lecciones derivadas de la experiencia" (Washington, D.C.)

Bernal, J.B. (1993) La Calidad: desafío que enfrenta la educación en el momento actual. Proyecto UNESCO/Países Bajos 519/Cos/10 (SIMED), San José.

Brennan, John. "Panorama General del Aseguramiento de Calidad". En Salvador Malo y Arturo Velásquez Jiménez (coords.), *La Calidad en la Educación Superior en México. Una Comparación Internacional*; UNAM, México, 1998

Brünner, José Joaquín (1991). "La reforma de 1980. Diez años después". Mimeo.

_____ (1995). "Educación superior, integración económica y globalización". En: Primer Simposio Regional "Educación, Trabajo y la Integración

Económica del Merconorte". Consejo de Educación Superior de Puerto Rico, San Juan, (26 de septiembre).

_____ (1997). "Calidad y Evaluación en la Educación Superior" en: "evaluación y Acreditación Universitaria". Metodologías y experiencias". Eds. Mario Letelier y Eduardo Martínez. Caracas, Venezuela, Nueva Sociedad, UNESCO.

Bourdieu, P. (1977). Outline of a Theory of Practice. Cambridge University Press.

CINDA (1991). "DOCENCIA Universitaria EN América Latina". Ciclos Básicos y evaluación.

_____ (1998). Gestión de la Docencia e Internacionalización en Universidades Chilenas. Santiago. Alfabetar Artes Gráficas.

Espinoza, O., Gonzalez L.E., Poblete A., Ramírez, S., Silva, M., Zuñiga, M. "Manual de Autoevaluación de Instituciones de Educación Superior: Pautas y Procedimientos". Centro Interuniversitario de Desarrollo (CINDA), 1994.

Fernández Lamarra, N. (2007): "Educación Superior y Calidad en América Latina y Argentina". EDUNTREF - IESALC

Herrera, Ricardo. (1998). "Bases para el desarrollo cualitativo de la docencia universitaria". Gestión de la Docencia e Internalización en universidades chilenas. CINDA.

Larrea Santos, Elizabeth y Granados Boza Víctor (2016): "El sistema de educación superior para la sociedad del buen Vivir basada en el conocimiento: El caso Ecuatoriano". Editorial Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Ecuador ISBN 978-9942-904-59-1

Lemaitre José María y Zenteno Eliza María (2012): "Aseguramiento de la calidad en Iberoamerica. Educación Superior Informe 2012. Centro interuniversitario de desarrollo (CINDIA)-Universita. Impreso en Chile ISBN 978-956-7106-60-8

Lolas, Fernando. Calidad de la Educación Superior en Chile Desafío de Perfil y Sistema. Ponencia presentada al Tercer Seminario Internacional Docencia/Gestión/Acreditación "El desafío de la Calidad en la Educación Superior". Realizado en Santiago de Chile el 23,24,25 de Septiembre de 1998.

Manual Autoevaluación para Instituciones de Educación Superior. Espinoza "et al". Proyecto 518-110Ch1. Gestión y evaluación Universitaria CINDA/ PROMESUP- OEA.

Menke, Luis (1998). "La Evaluación de Instituciones Educativas". El Análisis de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad de Granada. Antonio Trinidad Requena, Universidad de Granada, España. 1995, 295 páginas. Revista Enfoque Educativos Vol. 1 N°1, 1998.

Mertens, Leonardo (2000). La Gestión por Competencia Laboral en la Empresa y la Formación Profesional. Organización de Estados Iberoamericanos Para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Ortega y Gasset, José (1977). "Misión de la Universidad". La concepción de la Universidad en algunos autores clásicos. Santiago. CPU. Serie Universidad.

Rojas Pazmiño (2003). "Los antecedentes, situación actual y perspectiva de la evaluación y la acreditación de la educación superior en el Ecuador". Consejo Nacional de Evaluación y acreditación. Documento elaborado para Seminario Internacional "Evaluación y Acreditación de la Educación Superior en América Latina y el Caribe". IESALC. UNESCO.

Salomon, G. (1991). Investigación en medios de enseñanza. Conferencia impartida en la Universidad de Sevilla. Grupo de Investigación Didáctica.

Schwartzman, Simon. "La Calidad De La Educación Superior En América Latina". Texto preparado para el Seminario sobre la Eficiencia y la Calidad de la Educación Superior en América Latina, Basílica, Noviembre, 1988, organizado por el Economic Development Institute, Banco Mundial.

_____, "La Universidad Como Empresa Económica". Texto preparado para el Seminario sobre "El Papel de las Universidades en el Desarrollo Social" realizado pelas agencias de cooperación técnica da Alemania (GTZ, CIM, DAAD, DSE), Universidad Austral de Chile, Valdivia, 3 a 7 de marzo de 1996. Seymour, Daniel 1995. Once Upon a Campus; Lessons for improving quality and productivity in higher education.

UNESCO "Documento de política para el cambio y el desarrollo de la educación superior" (París, febrero, 1995)

031. CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL PROFESIONAL DOCENTE: RETOS E IMPLICACIONES.

Autores:

María Monserratt Bustamante Chán, Mgs. mbustamante@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica ECOTEC Samborondón, Ecuador Directora de Planificación Institucional Universidad Tecnológica ECOTEC. (Doctoranda Universidad de Cádiz-España)

Elizabeth Larrea Santos, Mgs. elizabeth.larrea@ces.gob.ec

Consejo de Educación Superior (CES)-Ecuador Representante del Ministro de Educación de Ecuador Comisión Ocasional de Educación-Ecuador (Doctoranda Universidad de Almería-España)

Resumen

El nuevo enfoque de la Educación Superior en Ecuador ha generado una filosofía que ha sido plasmada en el Reglamento de Carrera y Escalafón del profesor e investigador del Sistema de Educación Superior. En esta ponencia se abordan dos artículos específicos, que delimitan las características del personal académico y sus actividades en relación a las funciones sustantivas de la Educación Superior —docencia, investigación y vinculación— y cómo éstas generan nuevas caracterizaciones de perfiles docentes. La importancia de consolidar la gestión de los procesos sustantivos y generar a su vez, el salto cualitativo y cuantitativo que la universidad ecuatoriana necesita, desde el abordaje de la economía social del conocimiento, está en manos de una academia que se reinvente día a día y que navegue en un mar de constante adaptación.

Palabras claves

Educación Superior, funciones sustantivas, gestión social del conocimiento, modelos de organización de conocimiento, colectivos académicos, competencias.

Introducción

Desde el año 2008, Ecuador inició un proceso de transformación de los marcos normativos que regulan la Educación Superior. Es así, como la construcción de la nueva Carta Magna de la República del Ecuador —20 de octubre de 2008— declaró a la Educación Superior como política pública de Estado. En ese mismo orden y de acuerdo al artículo 26 de la constitución se establece:

Que la educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo (Constitución de la República del Ecuador, 2008: 32).

Dada esta declaración, se incorpora a su vez el Plan de Desarrollo llamado el Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV) en donde se pueden encontrar dos versiones que cubre los siguientes años: 2009-2013 y 2013-2017. En la primera versión del PNBV, se plasma el objetivo 4 al cuál se da continuidad en la siguiente versión, el mismo que declara:

Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía: Para el período

2013-2017 proponemos el establecimiento de una formación integral a fin de alcanzar la sociedad socialista del conocimiento. Ello nos permitirá dar el salto de una economía de recursos finitos (materiales) a la economía del recurso infinito: el conocimiento. Es preciso centrar los esfuerzos para garantizar a todos los derechos a la educación, bajo condiciones de calidad y equidad, teniendo como centro al ser humano y el territorio. Fortaleceremos el rol del conocimiento, promoviendo la investigación científica y tecnológica responsable con la sociedad y con la naturaleza.” (SENPLADES, 2013: 159).

Dada las condiciones que anteceden, se marca un nuevo enfoque en el ámbito de la Educación Superior, generando así una filosofía contextualizada de cuáles son los fundamentos en los que las Instituciones de Educación Superior (IES) deben ajustarse. Finalmente, se determina que es necesario dictar una nueva Ley Orgánica de Educación Superior (LOES 2010), la misma que según Granados y Larrea:

“supone una reforma profunda para las Instituciones de Educación Superior que las lleva a generar una cultura académica que no solo es el fundamento de *nuevas prácticas docentes* sino de nuevas actitudes hacia el conocimiento, la sociedad y la cultura” (Granados y Larrea 2013: 93).

No obstante, el Consejo de Educación Superior (CES) inicia el desarrollo del Reglamento de Carrera y Escalafón del profesor e investigador del Sistema de Educación Superior (2012) y del Reglamento de Régimen Académico (2013), los mismos que terminan de generar la estructura básica que delimita claramente las expectativas que se tienen de las IES, ya sean éstas públicas, co-financiadas o privadas.

Bajo esta lógica se va a trabajar con el Reglamento de Carrera y Escalafón del profesor e investigador del Sistema de Educación Superior, que cuenta con su última modificación al 31 de agosto de 2016. Y se abordarán dos artículos específicos que delimitan de una forma concreta las características del personal académico, sus actividades en relación a las funciones sustantivas de la Educación Superior — docencia, investigación y vinculación— y cómo esto genera nuevos perfiles para los docentes que hoy en día pertenecen a los distintos claustros de las IES.

Desarrollo

Los retos antes descritos desde la normativa vigente, permiten reflexionar basados en los artículos 6 y 7, del Reglamento de Carrera y Escalafón del profesor e investigador del Sistema de Educación Superior. De esta forma, se analizan cada uno de ellos para poder identificar los desafíos y condiciones a los que el profesorado de Educación Superior se está enfrentando en la actualidad.

Artículo 6.- Actividades del personal académico.

Respecto a este artículo se indica lo siguiente:

Los profesores e investigadores de las universidades y escuelas politécnicas públicas y particulares, titulares y no titulares pueden cumplir las siguientes actividades:

- a) De docencia.
- b) De investigación.
- c) De dirección o gestión académica.

(Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e investigador del Sistema de Educación Superior, 2012: 4).

En la actualidad, según indica Larrea, la planificación de la gestión académica está basada en:

Dominios científicos, tecnológicos, humanísticos, articulados a 4 ejes: las ciencias y tecnologías de frontera, las capacidades y potencialidades institucionales, las necesidades territoriales, nacionales y regionales, así como la integración en redes de gestión del conocimiento y la academia. La integración de las funciones sustantivas para el desarrollo estratégico y

prospectivo de la organización de la oferta académica, la investigación y la vinculación con la sociedad, es condición de nuevos modelos de gestión universitaria en el marco de la innovación social (Larrea, 2016: 23).

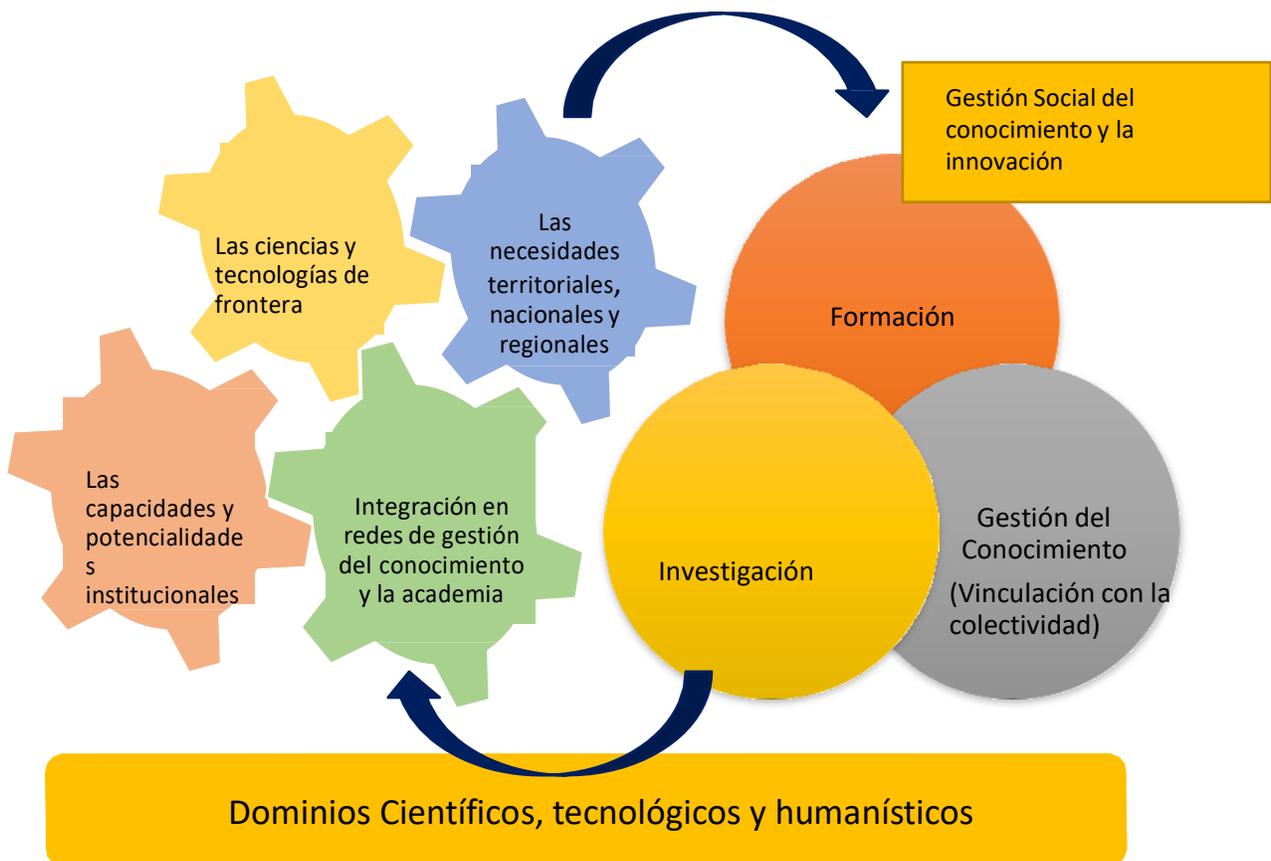


Figura 1: Nuevo modelo de gestión universitaria
Fuente: Elaboración propia a partir de Larrea (2016:23)

Como resultado de este cambio en los componentes esenciales del quehacer universitario, se ve la necesidad de integrar de manera sistémica a la masa crítica para que así tributen de manera eficiente, con calidad y de forma integral. Es así, como la necesidad de la creación de modelos formativos, enfocados específicamente, para alcanzar los requerimientos planteados por la reforma en Educación Superior, permitirán consolidar las competencias necesarias que los docentes que trabajan en las IES deben poseer para enfrentarse a un entorno que está en constante evolución y cambio.

Artículo 7.- Actividades de docencia.

Este artículo específicamente, aborda las actividades principales que los docentes que trabajan en el Sistema de Educación Superior deben cumplir para de esta forma poder consolidar la gestión de los procesos sustantivos y generar a su vez el salto cualitativo y cuantitativo que la universidad ecuatoriana necesita, desde el abordaje de la economía social del conocimiento.

Para este análisis se han escogido tres de quince actividades descritas, las observadas son declaraciones nuevas en el contexto del entorno nacional. Tal es así que se introducen las siguientes actividades:

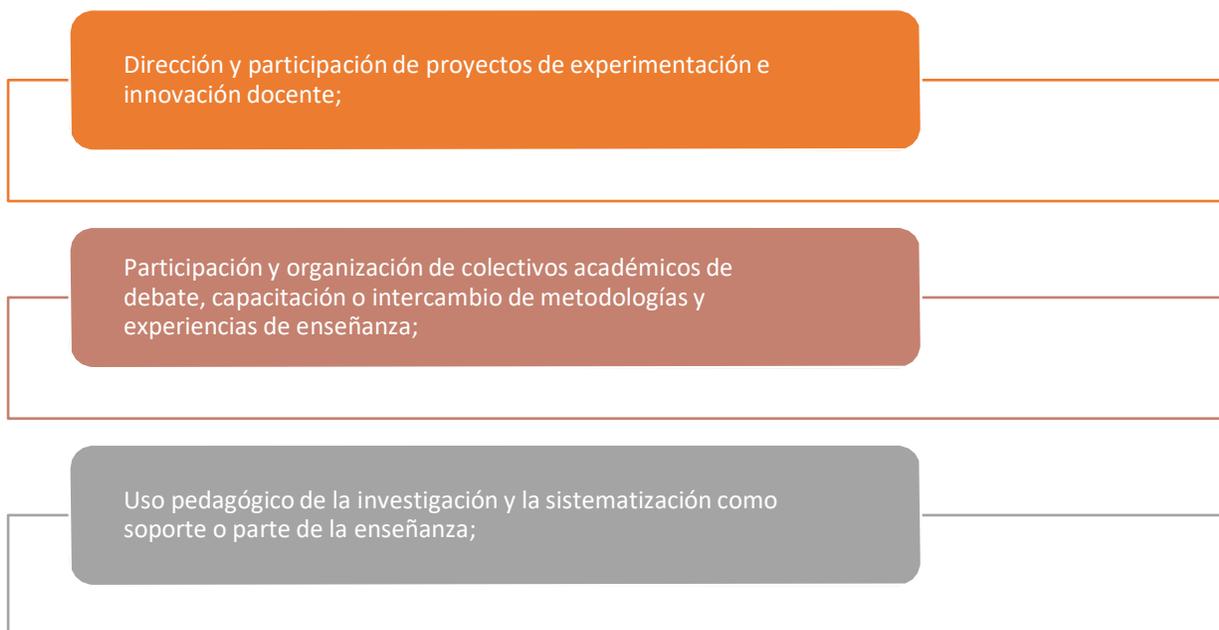


Figura 2: Actividades de docencia, seleccionadas para el análisis (Reglamento de Carrera y Escalafón del profesor e investigador del Sistema de Educación Superior, 2012: 4)
Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar hay puntos claves que desde la academia se deben analizar, en tal sentido la importancia de la innovación docente y la connotación que éstas presentan al momento de identificar problemas del entorno socio-económico y poderlos abordar desde la participación de proyectos dirigidos por las universidades. Esto conlleva a una evolución de la forma de pensar y de actuar del docente universitario donde el desaprender y el construir —consideradas competencias de planificación— serán importantes para fortalecer los perfiles actuales.

Desde la óptica de la construcción de modelos de organización de conocimiento, cimentados desde los colectivos académicos —como espacios de debate y reflexión de la ciencia— para poder generar transferencia de experiencias y metodologías aplicadas que han sido eficientes desde el escenario del aula mediante la interacción con el estudiante como centro del proceso de enseñanza-aprendizaje. De tal manera que se conviertan en comunidades de aprendizaje científico que contribuyan al desarrollo de competencias de gestión del proceso formativo.

Finalmente, dentro de la importancia y rol central que posee la investigación para la generación y transferencia de conocimiento en la sociedad, se define la relevancia de incorporar competencias y habilidades investigativas que permitan al docente salir del círculo vicioso en el que se ha encontrado esta función sustantiva en el país. Se puede identificar que una de las razones principales por las que la investigación ha mantenido un estancamiento hasta inicios del 2013 la misma que radica en una proporción considerable al poco dominio de la ciencia y su tendencia que conjugado con la impartición de cátedras puntuales como transmisores de conocimiento hicieron de la ciencia un oficio, al mismo tiempo la falta de cultura investigativa generaba una barrera de contención y espacio de confort para personal que no se interesaba en el seguimiento cercano de su ciencia y profesión. La propuesta entonces es crear dentro de un modelo formativo, adaptado a las necesidades de las IES, que permita la inserción efectiva de docentes que tengan perfiles de corte académico, investigativo y de vinculación para generar un tejido de integración de competencias cognitivas desde el enfoque investigativo que le permitan evaluar, reflexionar e investigar — competencias profesionales específicas— distintos objetos o fenómenos de la realidad con las distintas aristas que nacen del contexto de pertinencia y del encargo social.

Conclusiones

La importancia de identificar la necesidad de generar modelos formativos en las IES que coadyuven las funciones sustantivas de la Educación Superior, así como la gestión social del conocimiento e innovación, es un reto que enfrenta la academia ecuatoriana.

El poder desarrollar la masa crítica de la universidad con una mirada sistémica e integral, permitirá construir una academia que sea autocrítica, reflexiva, flexible y permeable ante los distintos abordajes de la ciencia y su tendencia que se verán plasmados en la consolidación de una cultura de investigación que se basa en la adquisición de competencias y habilidades investigativas.

Incorporar modelos de organización de conocimiento, desde la visión de colectivos académicos que retroalimenten el macro, meso y micro currículos es un acápite importante que inicia una nueva narrativa de la visión de una educación para toda la vida y para todos.

Bibliografía

Davies, A., Fidler, D. y Gorbis, M. (2011). *Future Work Skills 2020*. Phoenix (USA): Institute for the Future for University of Phoenix Research Institute.

Delors, J. (1996): *La educación encierra un tesoro*. Madrid: Santillana/UNESCO.

Ecuador (2008). Constitución de la República del Ecuador, de 20 de octubre de 2008.
Registro Oficial No. 449.

Ecuador (2010) Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), de 12 de octubre de 2010. Registro Oficial No. 298.

Ecuador (2013). Plan Nacional de Desarrollo/Plan Nacional para el buen Vivir 2013-2017, de 24 de junio de 2013. Resolución No. CNP-002-2013.

Ecuador (2013). Reglamento de Régimen Académico, de 21 de noviembre de 2013. Resolución No. RPC-SE-13-No.051-2013.

Ecuador (2012). Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e investigador del Sistema de Educación Superior, de 31 de octubre de 2012. Resolución No. RPC-SO-037- No.265-2012.

González, V. y González, R. (2008, Mayo-Agosto). Competencias genéricas y formación profesional: un análisis desde la docencia universitaria. *Revista Iberoamericana de Educación*, 47. Disponible en <http://rieoei.org/rie47a09.htm>

Granados Bozo, V., Larrea Santos, E. (2016) *El sistema de Educación Superior para la Sociedad del Buen Vivir basada en el Conocimiento: el caso ecuatoriano*. Guayaquil: Editorial UCSG.

Larrea Santos, E. (2016). Contextos, estudios, procesos y dimensiones de la pertinencia como fuerza impulsora de las transformaciones del sistema red de Educación Superior ecuatoriano. (Tesis doctoral inédita). Universidad de Almería.

Long, G. (2013). Suspendida por falta de calidad: El cierre de catorce universidades en Ecuador. *En CEAACES. (2013). "Suspendida por falta de calidad: Ecuador: El cierre de catorce universidades en Ecuador*. Quito, Ecuador: Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.

Zabalza, M. A. (2003). *Competencias docentes del profesorado universitario: Calidad y desarrollo profesional*. Madrid: Narcea.



**LÍNEA TEMÁTICA:
MEDIO AMBIENTE
Y SOCIEDAD**

ISBN: 978-9942-960-07-8

001. PAISAJES AGRARIOS Y BIODIVERSIDAD: PAPEL DE LA COMPLEJIDAD ESTRUCTURAL.

Autores:

Francisco Sanchez Tortosa ^{1,2},

Ramón Zambrano Aveiga¹,

José Guerrero-Casado^{2,3}

1 Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Calceta (Manabí)

2 Dpto. Zoología Univ. Córdoba (España)

3 Univ. Técnica de Manabí. Portoviejo

INTRODUCCIÓN

A partir de la revolución industrial, las técnicas y métodos agrícolas han cambiado sustancialmente, encaminadas a conseguir una mayor rentabilidad de los productos agrícolas por unidad de superficie, es decir, producir más en el mismo espacio. Además, para cubrir la creciente demanda debido al crecimiento poblacional, el área total en el mundo dedicada a los cultivos ha aumentado en un 466 % entre 1700 y 1980 (Meyer & Turner, 1992). De forma resumida, la intensificación agrícola llevada a cabo para aumentar la producción se caracteriza por: 1) aumento de la mecanización; 2) aumento del uso de productos agroquímicos (plaguicidas y fertilizantes); 3) eliminación de la vegetación natural para evitar competencia con los cultivos; 4) aumento de la densidad de siembra y plantación; y 5) sustitución del sistema de policultivo por el monocultivo.

Estos cambios han conducido a una simplificación y a una homogeneización de los paisajes agrícolas que se traduce en menor disponibilidad de alimento y refugio para la fauna silvestre, reduciéndose considerablemente la biodiversidad que albergan estos hábitats, tanto en términos de especies presentes como en la abundancia de las mismas. Sin embargo, a parte de los efectos sobre la diversidad animal, la intensificación agrícola tiene otras consecuencias negativas como el incremento de la erosión, pérdida de la fertilidad del suelo, contaminación de las aguas, eutrofización de los ríos y lagos, y finalmente impactos globales contribuyendo al cambio climático (Matson et al., 1997).

Muchos de las zonas agrícolas y de pastoreo que actualmente están en explotación corresponden a zonas forestales en las que se ha eliminado la vegetación leñosa original. En estos nuevos ambientes, prácticamente desprovistos de la vegetación leñosa original, se ha desarrollado unos agro-ecosistemas con su propia diversidad faunística característica de hábitats abiertos o esteparios, incluyendo especies con algún grado de amenaza. No obstante, las comunidades animales y vegetales de estos ambientes agrícolas pueden llegar a albergar una diversidad importante si bien estas comunidades se han empobrecido considerablemente debido a la intensificación agrícola y al subsiguiente estado de simplificación del paisaje agrícola (McLaughlin and Mineau 1995; Benton et al. 2003). Exponemos a continuación algunas de los principales motivos de esta pérdida de biodiversidad en los agroecosistemas.

Reducción de la disponibilidad alimento

Una de las características de la intensificación agrícola es el uso de productos agroquímicos con el fin de aumentar la producción directamente por medio del aporte de fertilizantes o bien indirectamente por el empleo de plaguicidas (herbicidas, insecticidas y funguicidas) para luchar contra las especies que afectan a las plantas cultivadas. Por lo tanto, un mayor empleo de estas sustancias afectan a la disponibilidad de alimento para la fauna silvestre, al reducir considerablemente las fuentes de alimento natural, tanto para las especies fitófagas por la aplicación de herbicidas como para las insectívoras por el uso de insecticidas. Además, de estos efectos directos, también se observan efectos cascada debido a la disminución de recursos en las bases de las cadenas tróficas. Por ejemplo, el empleo de herbicidas reduce la cantidad de alimento disponible para los insectos herbívoros, reduciéndose su abundancia y diversidad, lo cual a su vez afecta a las aves insectívoras cuya abundancia también será reducida, lo cual en última instancia reducirá la abundancia de rapaces por tener menor abundancia de presas. Otras causas de la reducción de alimento son el arado del suelo y la eliminación de vegetación natural para aumentar la superficie cultivable, las cuales contribuyen al descenso global de la cantidad de alimento en estos medios.

Reducción de la disponibilidad de refugio

Al eliminar la vegetación tanto por medios químicos como por medios mecánicos, también se disminuye en gran parte la disponibilidad de refugio por dos motivos fundamentalmente: 1) eliminación de la vegetación herbácea que crece entre los cultivos y 2) eliminación de la vegetación que rodea a los cultivos (setos y linderos). En el primer caso, la escasez de refugio viene dada por la proporción de suelo desnudo y por la escasez de altura que alcanzan las plantas herbáceas, y en el segundo caso por la falta de estructuras que sirvan de cobijo. En ambos casos, esta escasez de refugio tiene como consecuencia una mayor vulneración frente a la depredación, lo cual también hace que ciertas especies de vertebrados sean menos abundantes en estos medios. Este hecho ha sido bien estudiado en aves, donde varios trabajos han demostrado que la abundancia y diversidad de aves es mayor en aquellas fincas agrícolas con mayor disponibilidad de refugio en forma de setos y linderos así como de pastizales entre las líneas de cultivos leñosos (ver más abajo).

Pérdida de la heterogeneidad ambiental

La intensificación agrícola también se ha caracterizado por el paso de sistemas policultivo a monocultivo, aumentando mucho la superficie de las granjas con un mismo tipo de cultivo. Este paso, implica la eliminación de la vegetación natural que servía como línea de separación entre dos tipos de cultivos y/o propiedades de la tierra. Esto ha conducido a una pérdida de la heterogeneidad del paisaje (homogenización), lo cual reduce la cantidad de microhábitats o micronichos disponibles, reduciendo la diversidad animal sustancialmente, debido a que muchas especies no encuentran sus requerimientos vitales.

Por ejemplo, en el sur de España, principal zona de producción del aceite de oliva del mundo, la intensificación agrícola ocurrida durante el siglo pasado ha producido la eliminación de la vegetación natural entre las líneas de olivos por el uso de herbicidas y las actividades de laboreo/arado con maquinaria pesada, la eliminación de la vegetación leñosa que delimitaba los distintos cultivos, y un aumento de la superficie continua de olivar (Beaufoy 2001). Todo esto finalmente provoca una simplificación del paisaje, donde hay escasos elementos estructurales a parte del propio cultivo, lo que inevitablemente va a perjudicar a la fauna silvestre que habita en este tipo de cultivo. Es bien conocido cómo en los ambientes agrícolas donde existe un mosaico de vegetación natural con zonas próximas o circundantes sin cultivar, este mosaico puede encerrar una interesante comunidad faunística debido a que estas zonas incultas proporcionan algunos recursos esenciales para buena parte de la fauna. Estos recursos pueden ser protección contra los depredadores, zonas apropiadas para la cría o lugares de alimentación (Weibull et al. 2000; Bengtsson et al. 2005; Tschardt et al. 2005). En cultivos leñosos, donde la propia estructura de la arboleda genera una cierta heterogeneidad espacial, es frecuente la eliminación periódica del sustrato herbáceo, lo que provoca un impacto importante sobre la fauna, incluso si la eliminación es mecánica y no se utilizan herbicidas (Castro-Caro 2015).

Finalmente, cabe resaltar que estos hábitats han perdido gran parte de los servicios ecosistémicos que pueden ofrecer, como polinización, resistencia a invasiones biológicas o control biológico de plagas (Tschardt et al., 2005).



Fig 1. Imagen aérea de dos hábitats agrícolas con distinta disponibilidad de refugio. A la izquierda hay una gran densidad de setos y linderos que sirven como refugio para la fauna silvestre, por lo que es probable que la biodiversidad de vertebrados en este lugar sea mayor que en la imagen de la derecha. Foto: José Guerrero-Casado

Intoxicación por los productos agroquímicos

El uso de los biocidas elimina buena parte de la comunidad de artrópodos que, además, son la base de la alimentación de pequeños vertebrados. Además de reducir la disponibilidad de alimento, los

productos agroquímicos también afectan directamente a la fauna silvestre por producir la muerte directa de animales por intoxicación. Esta muerte puede producirse directamente por contacto directo con el plaguicida, o bien por ingerir presas muertas por plaguicidas o con restos de los mismos sobre la superficie corporal de las presas. Así por ejemplo, un insecto muerto por un insecticida, puede ser ingerido por un ave, produciéndose la intoxicación de esta última. Entre los grupos más afectados por los productos agroquímicos destacan los anfibios por dos razones: la vulnerabilidad a la intoxicación debida a la absorción de sustancias químicas a través de su piel y la contaminación de las aguas epicontinentales por acumulación de agroquímicos. Por otra parte estos biocidas pueden tener un efecto negativo y directo sobre el desarrollo embrionario de distintos vertebrados, incluyendo humanos (Gibbons et al 2015). Algunos trabajos han evidenciado el severo efecto de algunos herbicidas tan comunes como el glifosato sobre embriones y células placentarias, lo que puede estar agravado por la exposición combinada a diferentes mezclas de pesticidas (p.e. López et al 2012; Yu et al 2013

Consecuencias de la intensificación agrícola sobre las aves

En Europa, un 43% de la superficie del continente está dedicado a la agricultura, albergando en total hasta un 50 % de todas especies de aves existentes en el continente (Pain & Pienkowski, 1997). Esto quiere decir que los hábitats agrícolas tienen su avifauna asociada, incluyendo especies endémicas y/o con un cierto grado de amenaza, y que por lo tanto, la intensificación agrícola ha producido importantes cambios en el medio natural de muchas aves. Por ejemplo, en un trabajo realizado por (Donal et al., 2001), demostraron que las poblaciones de aves de medios agrícolas descendieron en casi todos los países europeos entre 1970 y 1990, y que esta tendencia negativa era explicada en gran medida solo por el aumento en la producción de cereal. Este relación entre aumento de la producción y descenso de la abundancia de aves se debe a que los medios por los cuales se ha conseguido aumentar la producción implica una serie de modificaciones en el medio que hace que estos hábitats sean inapropiados para muchas especies de aves, ya que la disponibilidad de refugio y de alimento se ha visto drásticamente reducida. Así, (Wilson et al., 1999), demostraron como el alimento de muchas aves granívoras e insectívoras se ha visto reducido drásticamente en los medios agrícolas, lo cual finalmente se traduce en una reducción de la comunidad de aves.

Entre las especies más perjudicadas destacan las especies que nidifican en el suelo, debido a que las labores agrícolas con maquinaria pesada frecuentemente destruyen sus nidos, disminuyendo así en gran parte el éxito reproductor de las especies (Guerrero et al., 2012). Además, la eliminación de la vegetación natural hace que sea escasa la disponibilidad de lugares adecuados para anidar donde los nidos no sean fácilmente localizados por los depredadores.

Consecuencias de la intensificación agrícola sobre los mamíferos

El mayor impacto que ha causado la intensificación agrícola sobre la fauna de mamíferos es debido a la transformación que han sufrido sus hábitats naturales para aumentar la superficie cultivada, lo cual en términos globales reduce la disponibilidad de hábitat para los mamíferos y por extensión reduciendo el tamaño de sus poblaciones a escala nacional y/o planetaria. Este hecho es especialmente evidente para las especies de mayor tamaño, las cuales necesitan áreas de campeo mucho mayores para cubrir sus necesidades. Sin embargo, algunas especies de mamíferos de pequeño tamaño que habitan en los agrosistemas también han sufrido los efectos de los pesticidas y de la simplificación del hábitat, viéndose sus poblaciones reducidas en este tipo de ambientes.

Además, como consecuencia de la falta de alimento natural en los cultivos por la aplicación de los herbicidas, varias especies de mamíferos (como el conejo, jabalí y el corzo), se han visto forzadas a alimentarse de los cultivos para cubrir sus necesidades (Herrero et al., 2006; Guerrero-Casado et al., 2015). En ciertas zonas, esto ha provocado importantes daños en los cultivos, generando importantes pérdidas económicas.

Consecuencias de la intensificación agrícola sobre los reptiles y anfibios

Como mencionamos anteriormente, los anfibios son uno de los grupos más afectados por la aplicación de agroquímicos debido a la absorción de dichas sustancias a través de la piel y por la contaminación de las aguas donde tiene lugar el desarrollo de sus larvas (Brühl et al., 2013). Además, existe un factor adicional relacionado con la sobreexplotación de los recursos hídricos para el regadío de los cultivos, lo cual reduce en gran medida la disponibilidad de lugares óptimos para la reproducción. Por todas estas razones, los anfibios son frecuentemente utilizados como bioindicadores de la calidad y la contaminación ambiental, por lo que zonas agrícolas con escasa abundancia y diversidad de estos animales son un fiel indicativo de la intensificación agrícola. En cuanto a los reptiles, algunos trabajos también han manifestado el efecto de la simplificación del paisaje y la aplicación de plaguicidas hacen que la abundancia de este taxón sea mucho menor que en otras zonas con mayor proporción de vegetación natural (Ribeiro et al., 2009).

Los olivares mediterráneos como modelo de estudio de complejidad estructural y biodiversidad en los agroecosistemas.

Uno de los retos actuales es identificar qué elementos concretos derivados de la intensificación agrícola son responsables de la pérdida de biodiversidad. Los factores que operan sobre la comunidad animal en las zonas de agricultura intensiva son diversos y sus efectos pueden ser aditivos al combinarse, lo que hace complejo el análisis de los mismos. Como hemos descrito previamente, la contaminación debido al uso sistemático de biocidas, el continuo laboreo y la eliminación sistemática de los restos de vegetación natural han ido empobreciendo gradualmente las comunidades animales, tanto de artrópodos como de vertebrados.

El análisis combinado de distintos elementos que proporcionan complejidad estructural permite cuantificar en términos relativos los efectos de cada uno de ellos sobre la biodiversidad. Los olivares mediterráneos han sido un buen campo de estudio para el análisis independiente del efecto de las cubiertas vegetales herbáceas y/o restos de vegetación natural afecta a distintos grupos faunísticos. Desde el punto de vista estructural el olivar ofrece cierta complejidad de nichos, ya que sus troncos pueden llegar a ser de gran porte con numerosas oquedades y las copas de los árboles pueden llegar a cubrir más del 50% de la superficie total de suelo. Respecto al estrato herbáceo, los olivares pueden presentar grandes diferencias. La competencia hídrica entre el suelo y el olivo es una preocupación entre los olivareros del mediterráneo, ya que la falta de humedad en el suelo puede limitar la producción. Para evitar esta competencia hídrica una práctica común es la eliminación de la cubierta herbácea al final de la primavera, antes de que empiece la temporada seca. Las cubiertas son eliminadas tanto con siega mecánica como mediante la aplicación de herbicidas. Sin embargo, la falta de cubierta vegetal provoca fuertes problemas de pérdida de suelo por erosión, lo que ha favorecido que algunos agricultores mantengan la cubierta vegetal en las zonas centrales de las calles entre olivos. Alternativamente, y de modo experimental, estamos ensayando parcelas de cultivo con especies herbáceas de bajo porte y cuyo agostamiento ocurre de forma espontánea antes del inicio de la temporada seca, lo que evita los tratamientos de siega mecánica o química de esa cubierta. No obstante el desarrollo de estas cubiertas presentan no están exentas de problemas como las derivadas de la herbivoría de los conejos (Guerreo-Casado et al 2015).

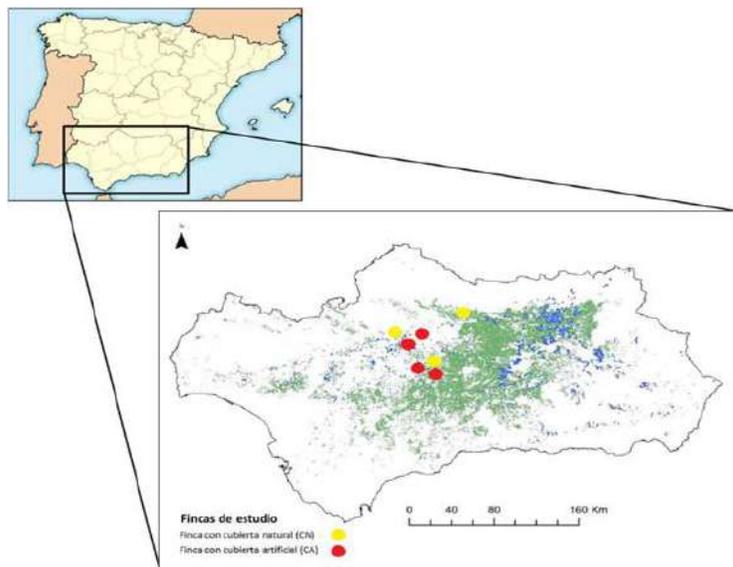


Fig 2. Área de estudio en olivares en el sur de la Península Ibérica



Olivar con simplificación extrema del paisaje Olivar con retazos de vegetación natural

Fig. 3. Olivares con (foto superior) y sin restos de vegetación natural (foto inferior) entre las distintas parcelas de cultivo. En ambos casos se observa que predominan los suelos desnudos, sin vegetación herbácea.

A continuación mostraremos los resultados de distintas investigaciones realizadas desde 2010 y que aún se mantienen hasta la actualidad con distintos grupos taxonómicos para lo que mostraremos los principales resultados.

Comunidad de insectos.

Los insectos son la base de la alimentación de muchos pequeños depredadores, tanto reptiles como aves o mamíferos de pequeño y mediano tamaño. Además, proveen de servicios ecosistémicos tales como la polinización, si bien también pueden convertirse en plagas para las cosechas. Por todo ello conocer el efecto que la existencia de cubiertas tienen sobre las comunidades de artrópodos es de gran interés. Debido a ello las comunidades de artrópodos han sido bastante estudiadas en los ecosistemas agrícolas (Liatti et al. 2008; Vickery et al. 2009; Raebel et al. 2012). De forma particular en este caso centraremos la atención sobre el efecto de las cubiertas sobre diferentes familias de himenópteros de los olivares.

En la figura 3 podemos observar la gran diferencia de himenópteros que albergan los olivares dependiendo del tipo de cubierta vegetal, o de su ausencia. Destaca la gran abundancia de la familia Apidae (grupo de gran importancia en la polinización) cuando existen cubiertas vegetales naturales.

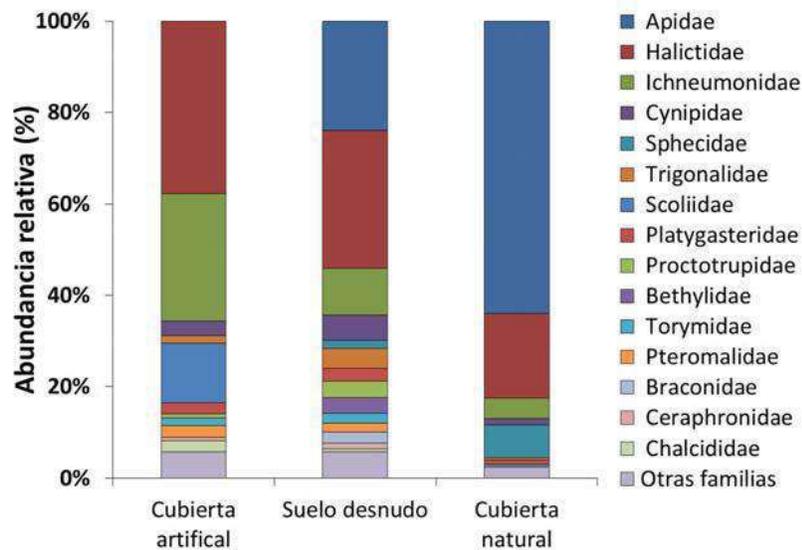


Fig. 4. Efecto de los distintos tipos de cubiertas y suelo desnudo sobre diferentes familias de himenópteros en olivares mediterráneos.

Efecto de los manejos del olivar sobre la comunidad de reptiles.

Una aproximación teórica al problema que puede suponer la agricultura para la biodiversidad puede ser realizada mediante un análisis a escala regional comparando los mapas potenciales de distribución geográfica de distintas especies frente al mapa de distribución real que tienen esas especies en el momento actual. Para ello se ha recurrido a herramientas de Sistemas de Información Geográfica, en el que (Carpio et al 2016) se crean las capas de presencia potencial de las especies objeto de estudio a partir de sus preferencias de hábitat. Este mapa de distribución potencial se compara con la presencia o ausencia de estas especies en pixeles de 10x10 km (máxima resolución disponible a escala de región) usando un análisis ENFA (Ecological Niche Factor Analysis).

Los resultados (Fig 5) mostraron que la monocultura de olivares se asocia con un déficit de biodiversidad en anfibios y reptiles, mientras que las zonas forestales y pastizales, así como áreas de cultivo heterogéneas son más favorables al mantenimiento de la biodiversidad. Un caso particular son los olivares de regadío, con tratamientos agrícolas superintensivos, en los que curiosamente tuvieron un especial efecto negativo sobre la riqueza de especies de anfibios, lo cual posiblemente se deba a un mayor uso de agroquímicos aplicados a través de la red de irrigación, cuya aplicación causa la contaminación de las aguas.

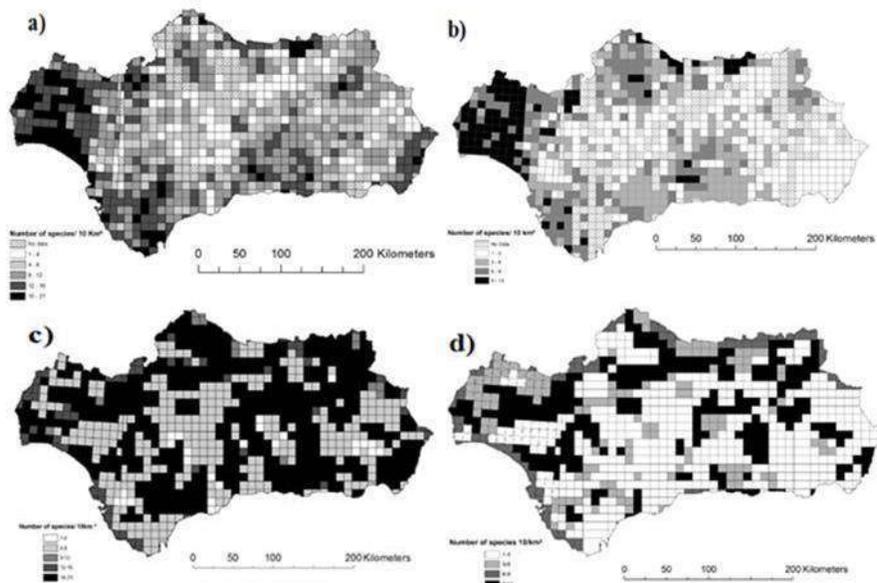


Fig. 5. Mapa de riqueza de especies. a) y b) mapa de riqueza de especies; c) y d) mapa potencial de riqueza para reptiles y anfibios, respectivamente, derivados del análisis ENFA (Ecological Niche Factor Analysis models.)

En un trabajo reciente (Carpio et al, en preparación) los resultados obtenidos a nivel de parcela permitieron comprobar cómo a escala de una explotación agrícola, aquellos olivares que mantenían cubierta vegetal albergaban un mayor número de especies, lo que resultó evidente desde los primeros muestreos, tal y como se muestra en la figura 6.

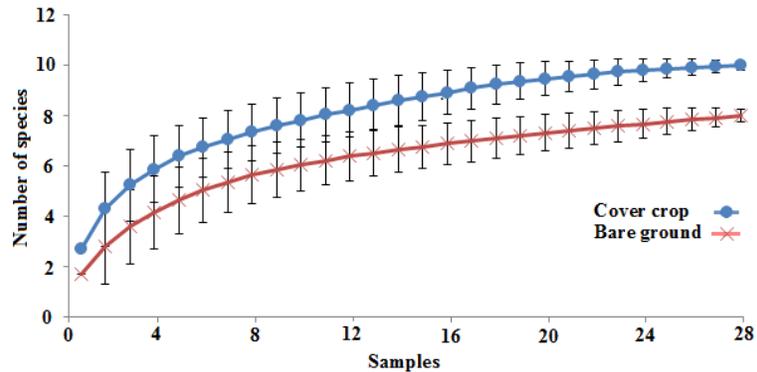


Fig. 6. Número de especies en olivares mediterráneos de acuerdo al esfuerzo de muestreo en suelos desnudos (bare ground) vs aquellos con cubierta vegetal (Cover crop)

Efecto combinado de setos y cubierta herbácea en las aves passeriformes.

Algunos estudios han puesto de manifiesto la importancia de cómo algunos cambios en las prácticas agrícolas producen un efecto positivo sobre la biodiversidad (Freemark and Kirk 2001). No obstante, otros trabajos muestran resultados contrarios, debido a un pobre efecto sobre las comunidades animales de la implementación de lo podemos conocer como “buenas prácticas agrícolas” (Weibull et al. 2000; Purtauf et al. 2005).

La razón por la que el desarrollo de buenas prácticas agrícolas no siempre ofrecen como resultado el incremento de especies o de su abundancia puede ser debido a la propia estructura de los paisajes agrícolas. Así, algunos autores han demostrado que cuanto mayor es la simplificación del paisaje agrario mayor es el efecto positivo de las medidas agroambientales. Por el contrario, en paisajes agrícolas complejos, con numerosos tipos de cultivo y restos de vegetación natural, el efecto de las medidas agroambientales queda camuflada por la mayor biodiversidad natural de esos entornos (figura 6) ((Bengtsson et al. 2005)



Fig. 6. Relación entre riqueza de especies (biodiversidad) y manejo de las parcelas en paisajes agrícolas.

En un interesante estudio de Castro-Caro y colaboradores, éstos mostraron a lo largo de un estudio de 4 años de duración el efecto combinado de cubiertas y heterogeneidad espacial sobre las comunidades de paseriformes de olivares mediterráneos. La figura 7 resume los resultados encontrados por los autores, destacándose un incremento tanto en la abundancia de aves como en la riqueza de especies debido a los dos factores, cubiertas vegetales y heterogeneidad. No obstante, cuando ambas medidas se aplican en combinación tienen efectos aditivos en la diversidad de las comunidades de aves paseriformes. Sin embargo, los setos parecen tener un efecto más fuerte en términos de biodiversidad de aves en los olivares. No se encontraron evidencia de que los olivares con cubierta vegetal actuaran como trampas ecológicas, ya que no hubo preferencia de las aves por anidar ni se resintió su éxito reproductor en olivares con cubiertas vegetales (Castro-Caro et al 2014, Castro- Caro 2015).

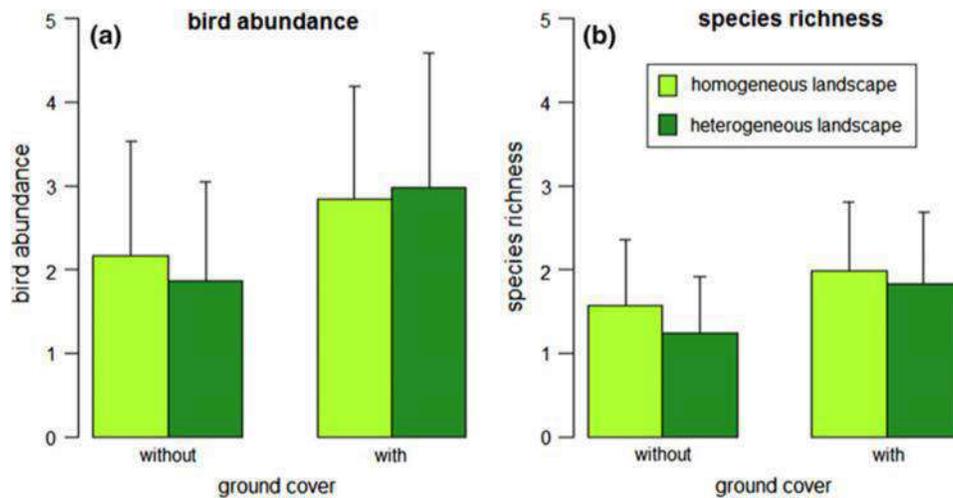


Fig.7. Efecto de la presencia de cubiertas vegetales en la abundancia y riqueza de aves en olivares de ambientes homogéneos y heterogéneos. Obtenido de Castro-Caro et al 2014.

Un factor muy relevante para la biodiversidad de aves en zonas agrícolas es el incremento de depredación que se produce cuando los paisajes se vuelven progresivamente más simples. El esfuerzo de búsqueda por parte de los depredadores disminuye considerablemente cuando los parches susceptibles de albergar a nidos son escasos y fáciles de rastrear por parte de los depredadores. En un diseño experimental con nidos artificiales Carpio et al (2016) para determinar el efecto de la densidad de nidos sobre la depredación, evidenció una vez más, cómo la presencia de una cubierta herbácea en el suelo minimizó la tasa de depredación en el suelo. La fig. 8 muestra cómo la menor tasa de depredación se obtuvo en nidos sobre árboles cuando existió cubierta vegetal en el suelo. Los autores sugieren que la mayor abundancia de presas alternativas, básicamente insectos, podría disminuir la alta tasa de depredación de huevos por roedores que ocurre cuando el suelo está desnudo

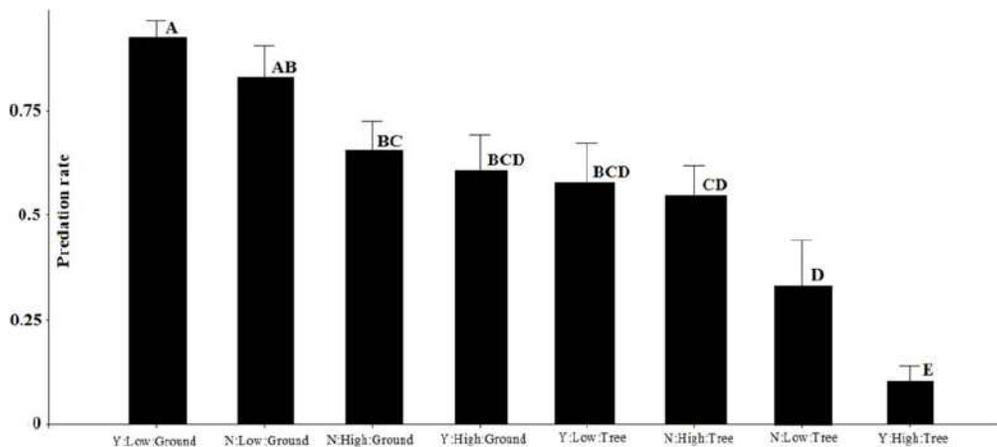


Fig 8. Tasa de depredación (entre 0 = no depredados y 1 = depredados) en nidos densidad de nidos (L = baja densidad y H = alta densidad), la cubierta vegetal (Y = suelo con cobertura y N = suelo desnudo) y el tipo de nido (suelo o árbol). Adaptado de Carpio et al 2016.

Complejidad estructural y lacértidos en la costa ecuatoriana

La costa ecuatoriana es un sistema complejo de gran diversidad botánica y faunística.

El bosque original, tanto el bosque tropical húmedo como el seco, ha sido fuertemente transformado en zonas de cultivo y pastizal hasta el extremo de que apenas quedan extensiones significativas del hábitat original, lo que es particularmente cierto en el bosque lluvioso. La matriz actual está conformada con parches de distinta extensión donde se alternan cultivos de frutales, básicamente banano y cacao, junto con parcelas de pastizal. En ambos casos, pastizales y cultivos, es frecuente encontrar remanentes de vegetación natural en los bordes. En este contexto paisajístico nos planteamos el objetivo de determinar la diversidad de lacértidos presentes en parcelas cultivadas y pastizales con distintos tipos de bordes. La figura 9 muestra que, al igual que los resultados obtenidos en los olivares mediterráneos, la complejidad estructural determina enorme diferencias en la abundancia de las dos especies encontradas.

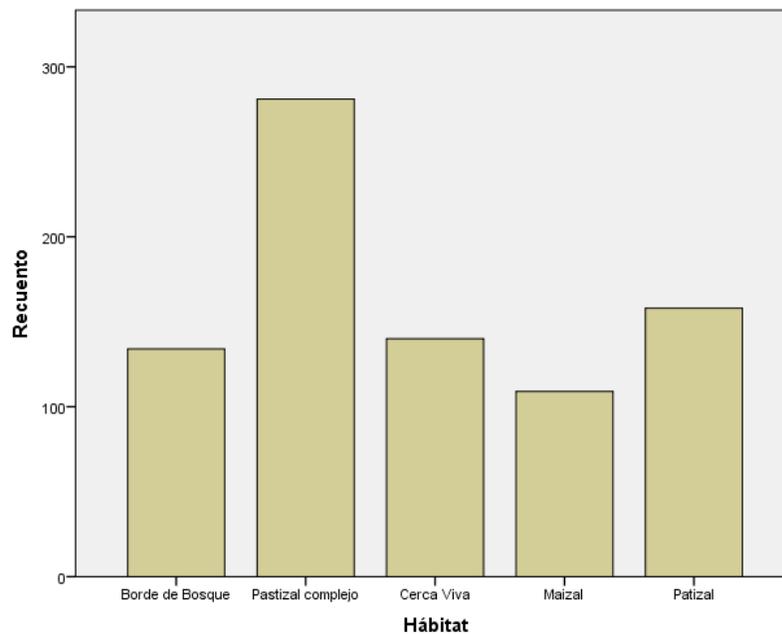


Fig 9. Número de individuos totales avistados de dos especies de lacértidos en diversos tipos de hábitats agrícolas en la costa ecuatoriana.

Conclusiones

La costa ecuatoriana está fuertemente transformada por la agricultura, coexistiendo extensas áreas dedicadas a pastizales, cultivos anuales y cultivos estables de frutales, básicamente banano y cacao. Los resultados preliminares de los muestreos realizados en lacértidos han puesto de manifiesto el incremento de abundancia de las especies estudiadas en las zonas donde existen restos de vegetación natural. Estos resultados sugieren que en el caso de los pastizales y, particularmente, en el caso de los cultivos herbáceos, el incremento de complejidad estructural que proporcionan los bordes arbolados pueden ser críticos para el mantenimiento de la biodiversidad de los ecosistemas costeros de Ecuador.

Literatura citada

Beaufoy, G., 2001. The Environmental Impact of Olive Oil Production pean Union: Practical Options for Improving the Environmental <http://ec.europa.eu/environment/agricul. ure/pdf/oliveoil.pdf>

Bengtsson J, Ahnström J, Weibull AC (2005) The effects of organic agriculture on biodiversity and abundance: a meta-analysis. *J Appl Ecol* 42:261–269

Benton, T. G., Vickery, J. A., & Wilson, J. D. (2003). Farmland biodiversity: is habitat heterogeneity the key?. *Trends in Ecology & Evolution*, 18(4), 182-188.

Bridges, C. M. (2000). Long-term effects of pesticide exposure at various life stages of the southern leopard frog (*Rana sphenocephala*). *Archives of Environmental Contamination and Toxicology*, 39(1), 91-96.

Brühl, A., Schmidt, T., Pieper, S., Alscher, A. Stuart, S. N. Pounds et al. (2013) Terrestrial pesticide exposure of amphibians: An underestimated cause of global decline? *Scientific Reports*, 3, 1783–1786. Nature Publishing Group.

Castro-Caro, J. C., Barrio, I. C., & Tortosa, F. S. (2014). Is the effect of farming practices on songbird communities landscape dependent? A case study of olive groves in southern Spain. *Journal of Ornithology*, 155(2), 357-365.

Carpio, A. J., Oteros, J., Tortosa, F. S., & Guerrero-Casado, J. (2016). Land use and biodiversity patterns of the herpetofauna: The role of olive groves. *Acta Oecologica*, 70, 103-111.

Castro-Caro, JC (2015). Effects of agricultural management on small bird communities (Passeriformes) in Mediterranean olive groves. Ph D dissertation. University of Cordoba.

Donal, P.F., Gree, R.E. & Heath, M.F. (2001) Agricultural intensification and the collapse of Europe's farmland bird populations. *Proceedings. Biological sciences / The Royal Society*, 268, 25–29. The Royal Society

Guerrero-Casado J, Carpio AM, Prada L, Tortosa FS (2015). The role of rabbit density and the diversity of weeds in the development of cover crops in olive groves. *Spanish J of Agricult Resear* 13, DOI: 10.5424/sjar/2015133-7022

Guerrero, I., Morales, M.B., Oñate, J.J., Geiger, F., Berendse, F., Snoo, G. De, Et Al. (2012) Response of ground-nesting farmland birds to agricultural intensification across Europe: Landscape and field level management factors. *Biological Conservation*, 152, 74–80.

Gibbons, D., Morrissey, C., & Mineau, P. (2015). A review of the direct and indirect effects of neonicotinoids and fipronil on vertebrate wildlife. *Environmental Science and Pollution Research*, 22(1), 103-118

Herrero, J., García-Serrano, A., Couto, S., Ortuño, V.M. & García-González, R. (2006) Diet of wild boar *Sus scrofa* L. and crop damage in an intensive agroecosystem. *European Journal of Wildlife Research*, 52, 245–250. Springer-Verlag

Lietti M, Gamundi JC, Montero G, Molinari A, Bulacio V (2008) Effect of two tillage systems on the abundance of soil-dwelling arthropods. *Austral Ecol* 18:71-87

López, S. L., Aiassa, D., Benitez-Leite, S., Lajmanovich, R., Manas, F., Poletta, & Carrasco, A. E. (2012). Pesticides used in South American GMO-based agriculture: A review of their effects on humans and animal models. *Advances in Molecular Toxicology*, 6, 41-75.

Matson, P.A., Parton, W.J., Power, A.G., Swift, M.J., Meyer, W.B., Turner, B.L., Et Al. (1997) Agricultural intensification and ecosystem properties. *Science (New York, N.Y.)*, 277, 504–509. American Association for the Advancement of Science.

Meyer, W. & Turner, B. (1992) Human Population Growth and Global Land-Use/Cover Change on JSTOR. *Annual Review of Ecology and Systematics*, 23, 39–61.

McLaughlin A, Mineau P (1995) The impact of agricultural practices on biodiversity. *Agric. Ecosyst Environ* 55:201–212

Pain, D.J. & Pienkowski, M.W. (1997) *Farming and birds in Europe : the common agricultural policy and its implications for bird conservation*. Academic Press.

Raebel EM, Merckx T, Feber RE, Riordan P, Macdonald DW, Thompson DJ (2012) Identifying high-quality pond habitats for Odonata in lowland England: implications for agri-environment schemes. *Insect Conserv Diver* 5:422-432

Ribeiro, R., Santos, X., Sillero, N., Carretero, M.A. & Llorente, G.A. (2009) Biodiversity and Land uses at a regional scale: Is agriculture the biggest threat for reptile assemblages? *Acta Oecologica*, 35, 327–334.

Tscharntke T, Klein AM, Kruess A, Steffan-Dewenter I (2005) Landscape perspectives on agricultural intensification and biodiversity ecosystem service management. *Ecol Lett* 8:857–874

Vickery J, Feber R, Fuller R (2009) Arable field margins managed for biodiversity conservation: A review of food resource provision for farmland birds. *Agr Ecosyst Environ* 133:1-13

Weibull AC, Bengtsson J, Nohlgren E (2000) Diversity of butterflies in the agricultural andscape: the role of farming system and landscape heterogeneity. *Ecography* 23:743–750

Wilson, J.D., Morris, A.J., Arroyo, B.E., Clark, S.C. & Bradbury, R.B. (1999) A review of the abundance and diversity of invertebrate and plant foods of granivorous birds in northern Europe in relation to agricultural change. *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 75, 13–30.

Yu, S., Wages, M. R., Cai, Q., Maul, J. D., & Cobb, G. P. (2013). Lethal and sublethal effects of three insecticides on two developmental stages of *Xenopus laevis* and comparison with other amphibians. *Environmental Toxicology and Chemistry*, 32(9), 2056-2064.

002. APROVECHAMIENTO DE LA MOLLEJA DE POLLO EN LA ELABORACIÓN DE MORTADELA ESCALDADA.

Autor:

Ing. Carlos Enrique González Arteaga, Mga.

Magister en Gestión Ambiental, Ingeniero Agroindustrial, Docente Investigador T/C Pontificia Universidad Católica del Ecuador-Campus Chone.

Resumen

La economía de las industrias cárnicas exige el aprovechamiento de los subproductos para poder competir con otras fuentes proteicas y con ello generar nuevos productos con mayor rendimiento, por esta razón es importante atender adecuadamente el aprovechamiento de los subproductos comestibles como es el caso de la molleja de pollo.

El principio del problema es que además del estancamiento en cuanto a desarrollo de nuevos productos, se producen pérdidas económicas por no aprovechar las mollejas para formulación de productos cárnicos, además de una lamentable limitación en contenido nutricional por no aplicar la molleja que puede proporcionar bondadosamente a los alimentos cárnicos con sus propiedades.

Además, las maquinarias e infraestructura básica necesaria para la elaboración de embutidos escaldados no son complejos ya que no se necesita de maquinaria especializada para la realización de embutidos escaldados. Existe la necesidad técnica de aprovechar al máximo los recursos y dar un valor agregado para contribuir con esto a la industria cárnica mejorado así los niveles de calidad de alimentos como en el caso de embutidos escaldados por lo que se considera necesario, importante y justificable la sustitución de mollejas de pollo por carne de cerdo.

Esta investigación se centra en establecer una fórmula para la aplicación de la molleja de pollo en embutidos escaldados que a su vez sustituya ciertos componentes presentes en la mortadela convencional, con lo que se obtendrá un producto nutricional y de calidad y aceptabilidad por parte del potencial público consumidor ya que la molleja por ser una víscera tiende a degradarse de manera más rápida convirtiéndose en un problema cuando se puede aprovechar de manera innovadora.

Palabras Clave: Cárnicos, Molleja de pollo, embutidos escaldados.

Abstract

The economy of the meat industry requires the use of products to compete with other protein sources and thus generate new products with higher performance, for this reason it is important to adequately address the use of edible products as is the case of the gizzard chicken.

Just the use of the viscera (gizzard) chicken, which is generated in industries that handle meat products and not used. This research focuses on finding objectively compose and establish a formula for the application of chicken gizzard in scalded sausages which in turn will replace certain components present in conventional mortadella, which will be obtained a nutritional product and avoiding environmental pollution produced by disposing viscera for their conditions they tend to degrade more quickly, the same that can be used in a better way and more technical.

Keywords: Meat , chicken gizzard , scalded sausages.

1. INTRODUCCIÓN

La realización de esta investigación tiene la finalidad de aprovechar las mollejas de pollo, mediante la sustitución por la carne de cerdo en la elaboración de embutidos escaldados (mortadela), para enriquecimiento de un alimento sano, económico y nutricional. En esta investigación se planteó el aprovechamiento de la molleja de pollo con el fin de aplicarla como sustituto de la carne de cerdo previo a la definición y establecimiento de una fórmula adecuada para la elaboración del embutido escaldando donde se permita mejorar el rendimiento del proceso y generar menor cantidad de pérdidas de materia prima. Con la investigación se determinó el porcentaje óptimo de sustitución de molleja de pollo por carne de cerdo, desarrollando un procedimiento operativo para el manejo y control de la materia prima para el proceso controlando sus puntos críticos.

Una vez obtenido el producto se realizó el análisis sensorial de las mortadelas de pollo en cada uno de sus tratamientos y con los resultados de su aceptación se pudo determinar cuál fue el mejor tratamiento y a su vez se calcularon los costos operativos de producción los mismos que se compararon con otros productos similares existentes en el mercado local de tal manera que sirvieron como testigo par la respectiva comparación. El problema radica en que no se está dando valor agregado a las mollejas de pollo que posee un alto aporte nutritivo y puede ser utilizado en la elaboración de nuevos productos tanto para consumo directo como materia prima para sustituir a otros ingredientes con similares características nutricionales.

Desde el punto de vista técnico, la investigación tiene el suficiente sustento en cuanto a la cantidad de materia prima que puede necesitar para su producción; para ello se debe de recordar la cantidad de molleja de pollo que se puede producir en la provincia donde los índices de crianza de pollos son elevados. Conforme lo demuestran las cifras, la población avícola total crece en un 65%, con un promedio anual del 11%. (Diario.manabita, 2009)

Cabe destacar que la línea de carne representa alrededor del 93% del total, observándose una tasa de crecimiento alrededor del 78%, con un incremento por año del 13%, no obstante de la crisis económica que ha soportado el país; esto demuestra la gran importancia que ha tomado esta línea, dada la demanda permanente del producto, siendo por lo tanto un indicativo de seguridad para la inversión, de la gran industria con integración vertical y el estímulo para pequeños productores que también se han dedicado a esta actividad. (Suarez, 2002)

Además, las maquinarias e infraestructura básica necesaria para la elaboración de embutidos escaldados se encuentran con facilidad en el país. Existe la necesidad de evitar la contaminación, aprovechando al máximo las materias primas, dando con ello valor agregado para contribuir con esto a la industria cárnica incrementando además la innovación y los niveles de calidad de alimentos como en el caso de embutidos escaldados. La industria avícola como aporte tiene como argumento que es altamente productiva, tanto así que los productores avícolas privilegiaron el abastecimiento nacional en desmedro de las exportaciones que presentaron una caída del 20% en valor. (Latercera.com, 2010)

A continuación se observan datos nutricionales sobre el valor calórico, proteínas, grasas, hidratos de carbono, etc. que posee la: Molleja de pollo.

Los análisis se refieren a 100 gr. de parte comestible del alimento en crudo, a menos que se indique lo contrario. El cuadro se refiere a la composición de molleja de pollo cocida. (Index, 2008)

Composición de molleja cocida.

COMPONENTE	CANTIDAD	COMPONENTE	CANTIDAD
Agua	67.93 %	Vit. A Equiv. Retinol	0.00 mcg
Energía	146.00 Kcal.	Ác. Grasos Mono-Insat.	0.53 g
Proteína	30.39 g	Ác. Grasos Poli-Insat.	0.35 g
Grasa	2.68 g	Ác. Grasos Saturados	0.67 g
Carbohidratos	0.00 g	Colesterol	370.00 mg
Fibra Diet. Total	0.00 g	Potasio	179.00 mg
Ceniza	0.89 g	Sodio	56.00 mg
Calcio	17.00 mg	Zinc	4.42 mg
Fósforo	189.00 mg	Magnesio	3.00 mg
Hierro	3.19 mg	Vitamina B6	0.07 mg
Tiamina	0.03 mg	Vitamina B12	1.04 mcg
Ribofavina	0.21 mg	Acido Fólico	0.00 mcg
Niacina	3.12 mg	Folato Equiv. FD	5.00 mcg
Vitamina C	0.00 mg	Fracción Comestible	%

FUENTE: Index. 2008

Todas las materias primas, aditivos, especias, condimentos, fécula, hielo, etc. de la fórmula del ejemplo, deben tener especificaciones de calidad. Además a diario se deben controlar todas las materias primas para verificar que no existen desviaciones en cuanto a sus estándares de calidad. En cuanto a los componentes básicos de los embutidos tenemos que básicamente se trata de carne picada, puesto que los productos difieren sobre todo de la presentación, en condimentación y en los métodos de procesamiento utilizados.

En cuanto a la composición básica de los embutidos son los compuestos cárnicos, grasa agua, nitritos y nitratos, fosfatos, condimentos sustancias de relleno y sustancias, ligantes y en algunos se incluyen otros componentes como: preservantes, antioxidantes y fijadores de color.

Cuadro 2.1. MORTADELA ITALIANA

materias primas	pesos	%
	(kg)	
Carne de res de 2a fresca	7	21.4
Carne de res de 3a fresca	3	9.2
Carne de cerdo de 3a fresca	5	15.3
Emulsión de grasa	2	6.2
Emulsión de cuero	3	9.2
Hielo	4	12.2
Fécula de maíz o mandioca	2	6.1
Tocino de cerdo (dados)	4	12.2
Sal nitrificada	0.600	1.8
Mezcla de especias	1.500	4.5
Azúcar	0.400	1.2
Poli fosfatos	0.200	0.6
Ácido ascórbico	0.030	0.1
TOTAL	32.730	100.00

Fuente: L. Sep trillas. 2003

Los tres componentes principales de la carne son: agua, proteínas y grasas. El agua, se encuentra en mayor proporción, un 70% de los tejidos magros, las proteínas se encuentran en el músculo magro es de 22% y el de grasa es de un 5 a 10 %, el contenido mineral es de aproximadamente un 1%. En casi todos los tipos de carne procesadas, la extracción de proteína juega un papel decisivo. Si la proteína no es extraída no pueden realizar sus funciones fundamentales: las proteínas cárnica son el agente emulsificante de una emulsión cárnica y actúan como el cemento entre las piezas de carne en el caso de los jamones.

El contenido total de proteína es casi el 50% es de proteína mio fibrilar, el 15% de actina y el 35% miosina ya que el resto consiste zarco plasmáticas y tejidos conectivos o proteína del estroma. La fracción de la proteína miofibrilar es la más importante de considerar para lograr una buena liga, emulsión y gelificación.

	%	Kg	Lbs.
Molleja	50,00	2	4.4
Cerdo	0	0	0
Carne de Res	14,00	0.56	1.232
Grasa ó Tocino	13,00	0.52	1.144
Agua helada	18,00	0.72	1.584
Fécula	5,00	0.20	0.44
PASTA BASE	100,00	4	8.8
Nitrito	0,0125	0.0005	0.0011
Sal	2,00	0.08	0.176
Fosfato	0,30	0.012	0.0264
GMS	0,10	0.004	0.0088
Ac. Ascorbico	0,05	0.002	0.0044
Ac. Sorbico	0,02	0.0008	0.00176
Pimienta blanca	0,15	0.006	0.0132
Comino	0,17	0.0068	0.01496
Ajo	0,30	0.012	0.0264
Cebolla	0,30	0.012	0.0264
Color	0,05	0.002	0.0044
TOTAL			

2. Materiales y Métodos

La planta de cárnica en la cual se realizó la investigación se encuentra ubicada en el Campus Politécnico de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí- MFL, ubicada en el cantón Bolívar, parroquia Calceta, sitio El Limón. Para el desarrollo de este estudio se emplearon dos métodos como son la investigación bibliográfica, por el alto contenido de material de libros y portales virtuales de Internet; y la científica, por la variedad de análisis, experimentos y pruebas que se realizaron en el laboratorio.

Para el factor Escaldado de la molleja de pollo en la pasta base se usaron los siguientes niveles:

- ✓ **A1:** Con escaldar
- ✓ **A2:** Sin escaldar

Para el factor sustitución de molleja en la pasta base se usaron los siguientes niveles:

- ✓ B1: 50 %
- ✓ B2: 75%
- ✓ B3: 100%

Los tratamientos que se aplicaron en la investigación y que se obtuvieron como resultado de la combinación de los respectivos factores y niveles son los siguientes:

DETALLE DE TRATAMIENTOS

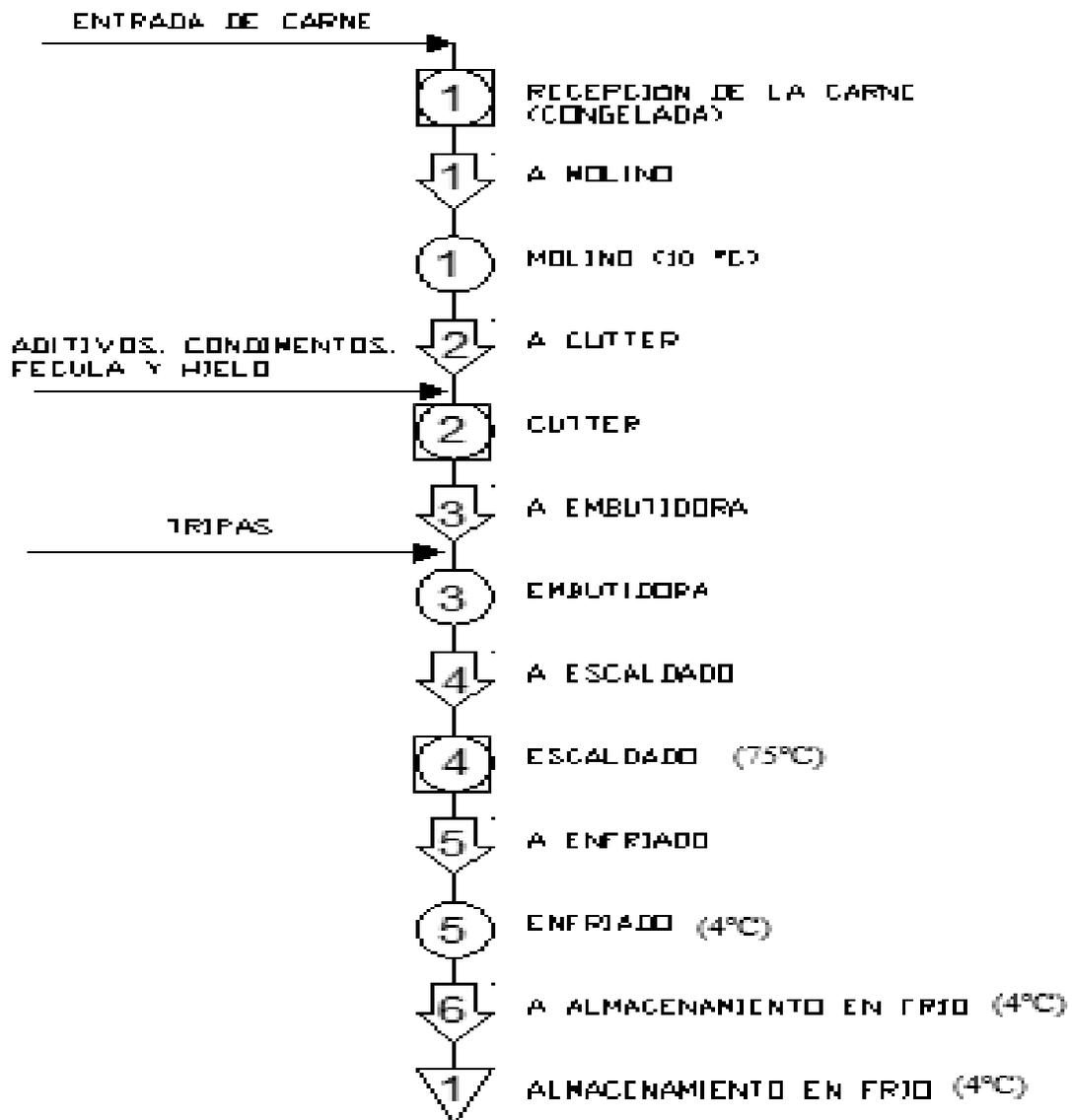
#	NOMENCLATURA	DESCRIPCIÓN
1	A1B1	Con escaldar x 50%
2	A1B2	Con escaldar x 75%
3	A1B3	Con escaldar x 100%
4	A2B1	Sin escaldar x 50%
5	A2B2	Sin escaldar x 75%
6	A2B3	Sin escaldar x 100%
7	TESTIGO	Comercial La Alemana

Para el diseño experimental de este proyecto se utilizó el método de D.C.A con arreglo bifactorial (AxB), es decir; "Diseño Completamente al azar", lo cual se realizó según los resultados del análisis sensorial. Se aplicaron tres repeticiones por cada tratamiento. Se aplicó un cálculo de análisis de varianza determinando diferencia significativa entre los tratamientos mediante los resultados del análisis sensorial y se aplicó una prueba de diferencia mínima significativas (DMS) para los casos donde existirá una diferencia significativa entre los tratamientos o muestras de mortadela de molleja de pollo.

FV	G.L.	S.C.
TOTAL	17	$\Sigma \Sigma Y^2_{ij} - FC$
TRATAMIENTO	5	$1/n \Sigma Y^2 - FC$
FACTOR A	1	
FACTOR B	2	
A x B	2	
ERROR	12	Diferencia

El análisis sensorial de la investigación se la realizó en el salón de actos de la Facultad de Ingeniería Agroindustrial de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí en la ciudad de Manta con 30 panelistas de diferente sexo mayores de edad y sin ninguna experiencia en determinaciones sensoriales. Luego del análisis sensorial, del mejor tratamiento se obtendrán los gramos de masa de mortadela de molleja necesarios para cada uno de los análisis de laboratorio en fundas de polietileno y se sometieron a los análisis correspondientes. A continuación se muestra el diagrama de flujos del proceso de elaboración de embutidos escaldados donde se determinan los pasos y temperaturas respectivos.

Figura 2.1. Diagrama de Flujo



Elaborado por: Carlos González Arteaga

2.1. Recepción de las carnes.

En esta operación se recibió la materia prima, se pesaron las carnes, controlando el peso, de acuerdo a formulación generada, se consideró un punto crítico de control donde se estableció el control de temperaturas. Y se realizaron los análisis pertinentes de calidad para verificar que estas se encontraban en óptimas condiciones para poder avanzar a la siguiente operación.

2.2. Molido de las carnes

Se picaron las carnes en el molino, con un disco de 3mm. En este paso, las carnes debían estar congeladas para evitar mayores pérdidas de estas al quedarse en el molino, cada molienda se realizó por separado.

2.3. Procedimiento de picado en el cutter

Se realizó el picado en el cutter. Se comenzó, con el orden establecido, poniendo las carnes frescas (2 a 4°C) en el plato limpio del cutter. Se empezó picando con velocidad lenta de plato y cuchillas e inmediatamente se agregan la sal, el azúcar, los poli fosfatos y las especias, previamente mezclados en una bolsa.

Luego de 7 vueltas, se agregó el 50 % del hielo, se aumentó la velocidad del plato y cuando la temperatura de la pasta llegó a 4°C, se agregó la emulsión de cuero, luego la emulsión de grasa, se aumentó la velocidad de las cuchillas y se siguió picando hasta llegar a 8°C.

Se agregó la mitad del saldo de hielo, se bajó la velocidad del plato, se agregó la fécula, el resto del hielo y finalmente se agregó el ácido ascórbico en las últimas 3 vueltas. La temperatura final de la pasta no debía pasar de 10 a 12°C.

2.4. Embutido

Se llevó la pasta a la embutidora y se embutió con presión, en el tipo establecido de tripa, cuyos calibres ya fueron controlados en el depósito, al certificar la compra de acuerdo a especificaciones.

2.5. Escaldado

Se llevaron a la olla con agua con temperaturas de 70°C, dependiendo del calibre de la tripa, se mantuvieron ahí durante aproximadamente 20 minutos y la temperatura se tomó internamente en la mortadela que se estaba escaldando, el tiempo y temperatura debía asegurar la eliminación de microorganismos y también dependía del calibre de la tripa.

2.6. Enfriado

Se realizó un enfriado con agua con hielo para producir un choque térmico asegurando así la muerte de microorganismos que habían resistido al escaldado. Y posterior a esto se enfrió a temperatura ambiente, que debía ser aproximadamente de 20°C.

2.7. Almacenamiento y venta

Finalmente se acondicionó en una cámara de frío, detallando a qué temperatura, durante cuánto tiempo mínimo y máximo, qué control de humedad tendría esa cámara y qué velocidad del aire (control de mermas).

3. Materiales de muestreo

Luego del análisis sensorial, del mejor tratamiento se obtuvieron los gramos de masa de mortadela de molleja necesarios para cada uno de los análisis de laboratorio en fundas de polietileno y se sometieron a los análisis correspondientes.

3.1. Materiales.

Se utilizaron los siguientes materiales:

- ✓ Mollejas de pollo
- ✓ Carne de res
- ✓ Grasa o tocino
- ✓ Agua helada o hielo
- ✓ Fécula
- ✓ Pimienta blanca
- ✓ Comino
- ✓ Ajo
- ✓ Cebolla

3.2. Reactivos.

- ✓ Nitrito
- ✓ Cloruro de Sodio (Sal)
- ✓ Fosfato
- ✓ GMS (glutamato mono sódico)
- ✓ Ácido ascórbico
- ✓ Color (rojo cochinilla o rojo 40)

3.3. Equipos.

- ✓ Molino eléctrico de carne
- ✓ Cutter con capacidad para 4 Kg de masa
- ✓ Balanza para pesar en Kg y en gramos
- ✓ Cocina industrial
- ✓ Embutidora manual con capacidad para 4 Kg de masa
- ✓ Mesa
- ✓ Ollas
- ✓ Bandejas
- ✓ Jarras
- ✓ Termómetro industrial hasta 100° C
- ✓ Jeringuilla plástica (5ml)
- ✓ Hilo chillo
- ✓ Tripa sintética para mortadela calibre 50 y 80
- ✓ Cierra sin fin para carne

3.4. FORMULACION.

Mortadela factor "A"

Sustitución de carne de cerdo 50%

Cuadro 03.01. CUADRO TRATAMIENTO B1

	%	Kg	Lbs.
Molleja	25	1	2.2
Cerdo	25	1	2.2
Carne de Res	14,00	0.56	1.232
Grasa ó Tocino	13,00	0.52	1.144
Agua helada	18,00	0.72	1.584
Fécula	5,00	0.20	0.44
PASTA BASE	100,00	4	8.8
Nitrito	0,0125	0.0005	0.0011
Sal	2,00	0.08	0.176
Fosfato	0,30	0.012	0.0264
GMS	0,10	0.004	0.0088
Ac. Ascórbico	0,05	0.002	0.0044
Ac. Sórbico	0,02	0.0008	0.00176
Pimienta blanca	0,15	0.006	0.0132
Comino	0,17	0.0068	0.01496
Ajo	0,30	0.012	0.0264
Cebolla	0,30	0.012	0.0264
Color	0,05	0.002	0.0044
TOTAL			

MORTADELA FACTOR "A"

Sustitución de carne de cerdo 75%

Cuadro 03.02. CUADRO TRATAMIENTO B2

	%	Kg	Lbs.
Molleja	37.5	1.5	3.3
Cerdo	12.5	0.5	1.1
Carne de Res	14,00	0.56	1.232
Grasa ó Tocino	13,00	0.52	1.144
Agua helada	18,00	0.72	1.584
Fécula	5,00	0.20	0.44
PASTA BASE	100,00	4	8.8
Nitrito	0,0125	0.0005	0.0011
Sal	2,00	0.08	0.176
Fosfato	0,30	0.012	0.0264
GMS	0,10	0.004	0.0088
Ac. Ascorbico	0,05	0.002	0.0044
Ac. Sorbico	0,02	0.0008	0.00176
Pimienta blanca	0,15	0.006	0.0132
Comino	0,17	0.0068	0.01496
Ajo	0,30	0.012	0.0264
Cebolla	0,30	0.012	0.0264
Color	0,05	0.002	0.0044
TOTAL			

MORTADELA FACTOR “A”

Sustitución de carne de cerdo 100%

Carne de cerdo 100%

Cuadro 03.03. CUADRO TRATAMIENTO B3

	%	Kg	Lbs.
Molleja	50,00	2	4.4
Cerdo	0	0	0
Carne de Res	14,00	0.56	1.232
Grasa ó Tocino	13,00	0.52	1.144
Agua helada	18,00	0.72	1.584
Fécula	5,00	0.20	0.44
PASTA BASE	100,00	4	8.8
Nitrito	0,0125	0.0005	0.0011
Sal	2,00	0.08	0.176
Fosfato	0,30	0.012	0.0264
GMS	0,10	0.004	0.0088
Ac. Ascorbico	0,05	0.002	0.0044
Ac. Sorbico	0,02	0.0008	0.00176
Pimienta blanca	0,15	0.006	0.0132
Comino	0,17	0.0068	0.01496
Ajo	0,30	0.012	0.0264
Cebolla	0,30	0.012	0.0264
Color	0,05	0.002	0.0044
TOTAL			

Luego del proceso se realizó la determinación de mermas y rendimientos para obtener la rentabilidad del producto y se lo hará con la siguiente fórmula:

$$M = \frac{P_i - P_f}{P_i} \times 100$$

Pi: Peso inicial

Pf: Peso final

M (%): Merma

M (%): Porcentaje de mermas

R = 100 – M (%) R: Rendimiento

4. Resultados y Discusión

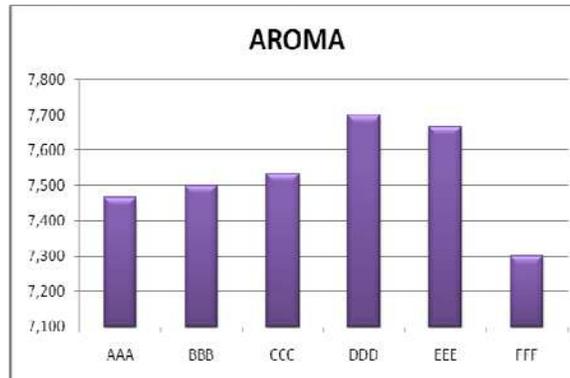
En cuanto a la calidad general de cada una de las muestras que se presentaron a los panelistas de la evaluación sensorial se determinó que el mejor tratamiento fue el tratamiento que correspondió al embutido con 100% de sustitución, el mismo que se identificó con la letra DDD en dicha evaluación. Cabe indicar que las mortadelas BBB, CCC, DDD son las mortadelas que se elaboraron en esta investigación y las demás son mortadelas convencionales del mercado. En cuanto a aroma el análisis sensorial determinó que el tratamiento que tuvo mayor grado de aceptación fue el que estaba identificado con las letras “DDD” con 7.7 sobre 10 grados de aceptación.

Figura 4.1. Grados de aceptación en cuanto al aroma



Elaborado por: Carlos González a partir del análisis sensorial

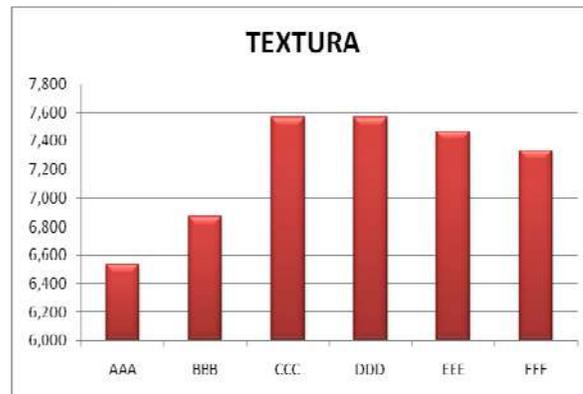
Figura 4.2. Grados de aceptación en cuanto al aroma



Elaborado por: Carlos González a partir del análisis sensorial

Con respecto a la textura tuvo mayor grado de aceptación la muestra identificada con las letras “CCC y DDD” con 7.567 sobre 10 grados de aceptación, presentándose los resultados entre ambas con igual grado de aceptación.

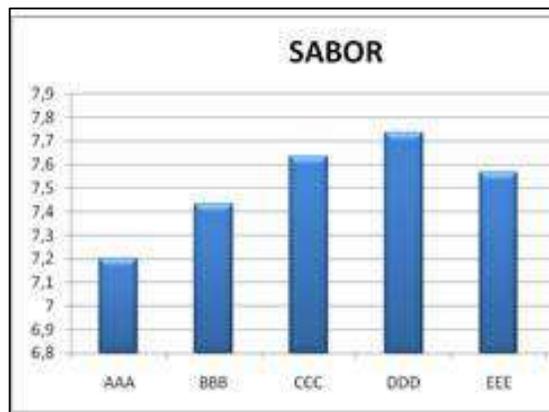
Figura 4.2. Grados de aceptación en cuanto a la textura



Elaborado por: Carlos González a partir del análisis sensorial

En lo que a sabor respecta se determinó con mayor grado de aceptación la muestra que contenía el plato identificado con las letras “DDD” con 7.833 sobre 10 grados de aceptación.

Figura 4.3. Grados de aceptación en cuanto al sabor



Elaborado por: Carlos González a partir del análisis sensorial

En calidad general los resultados que obtuvimos fueron que el tratamiento en el plato identificado con las letras “DDD” presentó mayor grado de aceptación con 7.567 sobre 10 grados de aceptación

Figura 4.4. Grados de aceptación en cuanto a la calidad general



Elaborado por: Carlos González a partir del análisis sensorial

En cuanto al análisis bromatológico y microbiológico se realizaron los respectivos análisis de laboratorio en laboratorios de química y bromatología de la Espam, y se obtuvieron como resultados los mostrados en el siguiente cuadro:

ENSAYO	LOTE	UNIDADES	RESULTADOS	INCERTIDUMBRE Expandida (k=2)	LÍMITES	MÉTODO
Proteína*	NO APLICA	%	15,92	-	-	PEE/CESECCA/QC/15 AOAC Ed 18, 2005 Cap. 4.2.11 Official Method 2001,11
Grasa		%	9,05	-	-	AOAC Cap. 4.5.02 Official Method 954.02
Cenizas		%	2,78	-	-	Métodos de Referencia: AOAC Eg 18, 2005 Cap. 35.1.14 938.08 Cap.44.1.05, 900.02 NTE INEN 467:1980 AACC 08- 12, Ed. 1999
Humedad		%	66,65	-	-	Método de Referencia AOAC Ed 18, 2005 Cap. 4.1.03, 934.01 Instrucciones del Analizador de Humedad MA 30
Carbohidrato		%	5,6	-	-	GRAVIMETRICO
E. Coli	2	UFC/g	< 1,5 x 10	-	Ausencia	PEE/CESECCA/MI/02 Método de Referencia AOAC Ed 18, 2005 998.08
Coliformes Totales		UFC/g	< 1,5 x 10	-	Ausencia	PEE/CESECCA/MI/10 Método de Referencia AOAC Ed 18, 2005 991.14

5. Conclusiones

De acuerdo a las normas técnicas especificadas en la Norma Inen 1340:96 este producto presenta en niveles de Proteína 15.92, Grasa 9.05, Cenizas 2.78, Humedad 66.65, Carbohidratos 5.6 y la norma Inen determina rangos que están dentro de los presentados a excepción de la proteína que no es un parámetro prejudicial, ya que

existen rangos a nivel comercial y a nivel artesanal. El producto no presenta *Escherichia coli* ni coliformes Totales lo cual lo hace libre de algún grado de peligrosidad y con niveles de calidad adecuados

Con esta investigación se comprobó que es posible aprovechar la molleja de pollo sustituyendo una determinada por la carne de cerdo para elaborar embutidos escaldados sin alterar mayormente sus propiedades sensoriales. Además se definieron varias fórmulas de sustitución, las mismas que se aplicaron en la elaboración de embutido escaldado y con las que se obtuvieron buenos resultados, mejor sabor y una mayor aceptación de este producto por parte del consumidor final.

Luego de definir varias fórmulas, y mediante el análisis sensorial se determinó la mejor entre ellas para sustituir la molleja de pollo por la carne de cerdo, la cual fue la en la que se sustituyó la carne de cerdo por la molleja en un nivel del 100%. Con el análisis sensorial se obtuvieron resultados que definieron la aceptación del producto final y a esto se sumaron los análisis de laboratorio que comprobaron que el mejor tratamiento fue en el que se sustituyó la carne de cerdo al 100%.

Se realizaron los cálculos de los costos de producción y se evidencia claramente que es posible disminuir estos costos de producción ya que el kilo de carne de cerdo está por encima del costo del kg de molleja, que 1 kilo de molleja tiene un valor \$3.08 a diferencia de la carne de cerdo que tiene un costo de 4.50 el kg, además de los grados de aceptación demostrados con el análisis sensorial y sumado a esto los niveles de presencia de microorganismos.

Referencias

Reportes Técnicos:

- [1] Suarez, J. V. (2002). Envolturas y Embutidos. *Revista Ciencias*, p.23, Sto. Domingo.
- [2] Index. (16 de Agosto de 2008). *Composición de alimentos*. Obtenido de www.tabladealimentos.net
- [3] Latercera.com. (16 de Agosto de 2010). *Consumo de carne de ave*. Obtenido de www.latercera.com

Tesis:

- [4] González, C. E. (2010). *"Aprovechamiento De La Molleja De Pollo En La Elaboración De Mortadela Escaldada"*. Bolívar, Ecuador: Proyecto de titulación, "Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí".

Entrevistas:

- 1. Diario.manabita. (04 de junio de 2009). La industria Cárnica.

003. IMPACTOS GENERADOS POR LAS ACTIVIDADES TURÍSTICA EN LOS RIOS DEL CANTON CHONES.

Autores:

ÁNGELA MARIA CANTOS MACÍAS. acantos@pucem.edu.ec

Licenciada en Administración Turística, profesora de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Master en Gerencia Turística y Hotelera. Facilitadora en Ministerio de Turismo en Programa de capacitaciones, Facilitadora en Setec en comunidades turísticas.

JORGE GABRIEL ZAMBRANO MUÑOZ. jgzambrano@pucem.edu.ec

Ingeniero Hidráulico, profesor de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Subdirector de la Carrera de Hidráulica, Consultor independiente.

Resumen:

El estudio se realizó en tres ríos representativos del Cantón Chone: Garrapata (Lat Long), Mosquito (Lat Long) y Río Grande (Lat Long), estos conforman el río Chone, sitios que suelen recibir numerosos turistas durante la temporada de Semana Santa según reporte de la Cámara de Comercio local, el mismo tuvo como objetivo determinar los impactos en la calidad del agua que tiene la actividad turística que se desarrolla en los ríos pertenecientes al Cantón Chone, para ello se emplea la metodología cuantitativa y cualitativa, siguiendo los métodos estadístico, descriptivo y empíricos (análisis experimental, entrevistas y encuestas). Los resultados expusieron que todas las variables medidas en los ríos mostraban diferencias NO significativas, a pesar de observarse un aumento evidente en algunas de ellas durante la época de mayor afluencia turística, lo cual permitió llegar a la conclusión que el incremento de la actividad turística tiene un impacto en la calidad del agua y el ecosistema que rodea los ríos del Cantón Chone.

PALABRAS CLAVES: IMPACTOS, CALIDAD DEL AGUA, ACTIVIDAD TURÍSTICA, AFLUENTES.

Introducción:

El agua es un elemento esencial para la vida. Constituye el principal componente del protoplasma celular y representa los dos tercios del peso total del hombre y hasta 9 décimas partes del peso de los vegetales según Márquez, E. (2012).

Para Sierra, R. C. A. (2011) El agua es un elemento esencial para la vida, sin ella el hombre no podría existir. Toda población o comunidad ha buscado asentamiento cerca a una fuente de agua.

El agua es uno de los recursos más demandados para mantener la vida en el planeta, de su calidad depende la salud de los seres vivos en sentido general y fundamentalmente de las personas, es así que mantener constante vigilancia sobre las actividades que pueden causar impactos sobre este recurso resulta de gran importancia.

Sierra, R. C. A. (2011) expresa que, El uso deseable del agua es, por supuesto, materia de considerable discusión e interacción en el ambiente sociopolítico, y su determinación depende de la habilidad económica de una región dada para mantener y mejorar su calidad del agua. Los principales usos deseables del agua, entre otros, son: abastecimiento de agua municipal e industrial, recreación (navegación, natación y belleza del paisaje), pesca comercial y deportiva y para mantenimiento del balance ecológico.

Según la ley Orgánica de Recursos Hídricos, usos y aprovechamientos del agua (Asamblea Nacional del Ecuador, 2014) en su artículo 64

Conservación del agua.

La naturaleza o Pacha Mama tiene derecho a la conservación de las aguas con sus propiedades como soporte esencial para todas las formas de vida. En la conservación del agua, la naturaleza tiene derecho a:

- a) La protección de sus fuentes, zonas de captación, regulación, recarga, afloramiento y cauces naturales de agua, en particular, nevados, glaciares, páramos, humedales y manglares;
- b) El mantenimiento del caudal ecológico como garantía de preservación de los ecosistemas y la biodiversidad;
- c) La preservación de la dinámica natural del ciclo integral del agua o ciclo hidrológico;
- d) La protección de las cuencas hidrográficas y los ecosistemas de toda contaminación; y,
- e) La restauración y recuperación de los ecosistemas por efecto de los desequilibrios producidos por la contaminación de las aguas y la erosión de los suelos.

La constitución del Ecuador en su última reforma (Asamblea Nacional del Ecuador, 2014) en sus artículos 411 y 412 dice lo siguiente:

Sección sexta

Agua

Art. 411.- El Estado garantizará la conservación, recuperación y manejo integral de los recursos hídricos, cuencas hidrográficas y caudales ecológicos asociados al ciclo hidrológico. Se regulará toda actividad que pueda afectar la calidad y cantidad de agua, y el equilibrio de los ecosistemas, en especial en las fuentes y zonas de recarga de agua.

La sustentabilidad de los ecosistemas y el consumo humano serán prioritarios en el uso y aprovechamiento del agua.

Art. 412.- La autoridad a cargo de la gestión del agua será responsable de su planificación, regulación y control. Esta autoridad cooperará y se coordinará con la que tenga a su cargo la gestión ambiental para garantizar el manejo del agua con un enfoque ecosistémico.

El Cantón Chone se ha convertido en los últimos años en un importante polo turístico de esta ciudad por la belleza de ríos y el confort que brinda la zona a los turistas al estar en contacto directo con la naturaleza a la vez de la variedad de opciones recreativas que desarrollan y la popularidad de la gastronomía manabita y chonense. Para Hernández, M. R. (2010) el desarrollo del turismo rural se enmarca dentro de un fenómeno progresivo de diversificación de la demanda turística. Desde la perspectiva de García, L. (2004) En un mundo urbanizado las aguas se ven como un elemento de ocio y de riqueza natural.

En el libro *Contra la domesticación del turismo: los laberintos del turismo rural*. (2010) se concluye que: El desarrollo local que se genera en las localidades tiene que ver con la capacidad que tienen éstas de ofrecer sus recursos naturales y culturales y responder a las expectativas de los turistas. No obstante al beneficio económico y social que el incremento de la actividad turística puede representar para los habitantes de esta zona, considerando que toda actividad repercute en el medio en el que se desarrolla, resulta vital demostrar los impactos que la misma tiene en la calidad del agua de los ríos Garrapata (Lat Long), Mosquito (Lat Long) y Río Grande (Lat Long), lo cual contribuirá a trazar estrategias encaminadas a lograr desarrollar la actividad turística buscando mitigar los efectos sobre la calidad del agua de estos afluentes. Para García, L. (2004) cualquier actividad humana, y el agua y turismo no es una excepción, debe de tener un planteamiento de durabilidad en el tiempo y evitar los aspectos irreversibles.

El presente trabajo demuestra el comportamiento de las variables que caracterizan la calidad del agua en dos épocas del año (con poca afluencia de turistas y con mucha afluencia de turistas).Lo cual se desarrolla a través del empleo de la siguiente metodología.

Materiales y Métodos:

Para el presente estudio se seleccionaron tres balnearios de la subcuenca del Río Chone conocidas como Río Grande, Mosquito y Garrapata, los mismo que por su cercanía y facilidad de acceso son visitados frecuentemente por la población chonense y visitantes foráneos. La figura 1 muestra la ubicación geográfica de los puntos de muestra.



Figura 1. Ubicación de los puntos de muestra en referencia al centro de Chone. Elaborado por los autores con referencia gráfica de 2016 Google. (s.f.). [Mapa de Chone, Ecuador en Google earth].

Geográficamente la cuenca del río Chone presenta una topografía irregular, con elevaciones medias, y una formación hidrográfica bien demarcada, en la que sobresalen sus tres ríos principales y algunos de sus afluentes.

Estas condiciones han sido utilizadas principalmente para la agricultura y la ganadería, donde se ha explotado el recurso hídrico, sin embargo, en los últimos años, con las mejoras en las vías de acceso y el conocimiento de la existencia de los balnearios, el turismo se ha convertido en una actividad a realizar en estos puntos de desarrollo.

Al estar la cuenca del río Chone claramente dividida en tres subcuencas se recorrió cada una de ellas con el fin de realizar tareas de observación y obtener datos relevantes al propósito de esta investigación tales como la identificación de los balnearios, ubicación geográfica mediante un GPS, características de los mismos, los servicios con los que cuenta, rutas de acceso, sus estados y las temporadas de mayor afluencia de turistas.

Los puntos de muestra fueron ubicados en las siguientes coordenadas: Coordenadas UTM Río Garrapata (El Palmar) 9934399.3 N 611992.5 E Coordenadas UTM Las Peñas 9933660.5 N 611390.8 E

Coordenadas UTM Río Mosquito 9926948.5 N 610600.1 E Coordenadas UTM Cascada Caracol 9926982.6 N 612963.8 E Coordenadas UTM Río Grande 9925922.2 N 607425.0 E Coordenadas UTM Pueblito 9924150.5 N 609526.2 E

Se realizaron entrevistas a las personas que están a cargo de estos balnearios, y que ofrecen diversos servicios, para poder conocer de primera mano, las actividades que se realizan, así como también las temporadas del año con mayor afluencia de turismo, también se entrevistaron turistas quienes dieron datos sobre algunos temas puntuales como la contaminación que en ocasiones han presenciado en el lugar.

Una vez tomadas las muestras se realizan análisis experimentales para saber el comportamiento de las diferentes variables que determinan el impacto en la calidad del agua, mediante métodos estadísticos se determina la influencia que tiene el incremento de turistas en la variación de la calidad del agua llegando a conocer que variable es la de mayor impacto.

Análisis y discusión de los resultados.

El empleo de los métodos empíricos (observación, encuesta y entrevista) demostró que aun cuando el desarrollo turístico con relación a la infraestructura no se evidencia mayormente, existe un importante número de personas que acuden a los balnearios, con intereses variados, de las múltiples actividades que se pueden realizar, se destacan las deportivas, de recreación, juegos en el caudal del río, y, el disfrute de la comida manabita, en las riberas del río.

Los principales impactos identificados por el desarrollo de estas actividades lo constituyen: afectaciones ecológicas por vertimiento de desechos sólidos a las aguas del río, destrucción de la vegetación en la zona aledaña a estos, turbidez del agua, alteración de color, muerte de peces y otras especies cuyo hábitat es las aguas del río, por lo cual existen evidencias de que la calidad del agua sufre afectaciones, siendo necesario para probar esta hipótesis realizar análisis experimental.

Los muestreos se realizaron en un momento previo a la llegada de los turistas (2 febrero 2016) y durante los días cuando la afluencia de visitantes fue intensa (25 y 26 de marzo 2016). Las variables que se midieron para evaluar la calidad del agua fueron: PH, turbidez, color, coliformes totales, coliformes fecales, sodio, bicarbonatos, nitratos, etc. Los procedimientos para su medición siguieron a Rice *et al.* (2012)

Para analizar las muestras se empleó una prueba de comparación de medias t de Student. Esta prueba requiere verificar primero si las varianzas de los grupos a comparar son homogéneas. Se puede verificar que la columna 11va en la tabla 1 muestra la probabilidad de que las varianzas sean heterogéneas (si la probabilidad fuera menor a 5% o 0,05). Salvo en la Alcalinidad Fenolfateleínica (con un p Var. Hom. de 0,0441), todas las probabilidades son mucho mayores que ese valor, por lo cual se concluiría que en casi todos los parámetros las varianzas son homogéneas y puede aplicarse la prueba t de Student. Según los resultados de la tabla 1 ninguna de las variables muestras diferencias significativas entre las fechas de muestreo (todos los valores de t son menores a 2).

Tabla1.Prueba de homogeneidad entre grupos a comparar.

Prueba T para muestras Independientes

Clasific	Variable	Grupo(1)	Grupo(2)	n(1)	n(2)	media(1)	media(2)	Varianza(1)	Varianza(2)	p(Var.Hom.)	T	p	prueba
Epoca	LOG10_Alcal fenolf	{1}	{2}	3	6	2,04	1,93	0,01	1,8E-03	0,1022	2,47	0,0214	UnilatD
Epoca	pH	{1}	{2}	3	6	7,90	8,08	0,03	0,13	0,4237	-0,79	0,7728	UnilatD
Epoca	Turbidez	{1}	{2}	3	6	39,64	35,24	2380,22	872,75	0,3164	0,17	0,4341	UnilatD
Epoca	Color	{1}	{2}	3	6	157,00	109,83	33651,00	9949,37	0,2355	0,52	0,3109	UnilatD
Epoca	Dur tot	{1}	{2}	3	6	120,00	115,33	804,00	651,07	0,7331	0,25	0,4047	UnilatD
Epoca	Alac Tot	{1}	{2}	3	6	3,33	3,90	33,33	26,52	0,7225	-0,15	0,5576	UnilatD
Epoca	Sol dis	{1}	{2}	3	6	216,90	182,41	2241,39	965,56	0,3872	1,34	0,1115	UnilatD
Epoca	Clor	{1}	{2}	3	6	11,87	13,96	0,65	9,14	0,1361	-1,14	0,8549	UnilatD
Epoca	Alcal fenolf	{1}	{2}	3	6	111,33	84,67	585,33	65,07	0,0441	1,86	0,1021	UnilatD

Elaborado por los autores a partir del resultado de los análisis de las muestras.

En el caso de la Alcalinidad fenolfateleínica, para homogeneizar las varianzas se transformaron a valores a Log10 y se observa como ese procedimiento homogeneizó las varianzas (p Var. hom. = 0,102). Al aplicar la prueba t de Student, se verifica que la alcalinidad fenolfateleínica fue ligera pero significativamente superior durante el muestreo de febrero (Prueba t de Student p=0,021)

La diferencia entre usar pruebas unilaterales o bilaterales está en función de tener evidencias que hagan que el valor de una variable sea mayor durante un período determinado. Así, cuando se espera que los coliformes sean superiores durante la época de mayor afluencia turística, se emplea una prueba unilateral o de una cola, que es de mayor fuerza que la bilateral. Pero para muchas de las otras variables, tal evidencia puede no existir, por lo que se deben aplicar pruebas bilaterales. Se observa en la Tabla 2 y 3 que la tendencia de toda las variables muestreadas es similar cuando se aplican pruebas bilaterales o unilaterales.

Tabla 2. Tendencia de las variables muestreadas según pruebas bilaterales o unilaterales.

Prueba T para muestras Independientes

Clasific	Variable	Grupo(1)	Grupo(2)	n(1)	n(2)	media(1)	media(2)	p(Var.Hom.)	T	p	prueba
Epoca	pH	{1}	{2}	3	6	7,90	8,08	0,4237	-0,79	0,4543	Bilateral
Epoca	Turbidez	{1}	{2}	3	6	39,64	35,24	0,3164	0,17	0,8681	Bilateral
Epoca	Color	{1}	{2}	3	6	157,00	109,83	0,2355	0,52	0,6219	Bilateral
Epoca	Dur tot	{1}	{2}	3	6	120,00	115,33	0,7331	0,25	0,8095	Bilateral
Epoca	Alac Tot	{1}	{2}	3	6	3,33	3,90	0,7225	-0,15	0,8848	Bilateral
Epoca	Alcal fenolf	{1}	{2}	3	6	111,33	84,67	0,0441	1,86	0,2043	Bilateral
Epoca	Sol dis	{1}	{2}	3	6	216,90	182,41	0,3872	1,34	0,2229	Bilateral
Epoca	Clor	{1}	{2}	3	6	11,87	13,96	0,1361	-1,14	0,2902	Bilateral

Elaborado por los autores a partir del resultado de los análisis de las muestras.

Tabla 3. Tendencia de las variables muestreadas según pruebas bilaterales o unilaterales

Prueba T para muestras Independientes

Clasific	Variable	Grupo (1)	Grupo (2)	n (1)	n (2)	media (1)	media (2)	Varianza (1)	Varianza (2)	p (Var.Hom.)	T	p	prueba
Epoca	Bicarb	{1}	{2}	3	6	111,33	84,67	585,33	65,07	0,0441	1,86	0,2043	Bilateral
Epoca	Sulf	{1}	{2}	3	6	44,00	36,17	279,00	110,17	0,3479	0,88	0,4080	Bilateral
Epoca	Nitri	{1}	{2}	3	6	0,02	0,01	3,0E-06	3,3E-05	0,1691	1,66	0,1408	Bilateral
Epoca	Nitrat	{1}	{2}	3	6	1,33	0,37	3,86	0,09	0,0014	0,85	0,4862	Bilateral
Epoca	Ca	{1}	{2}	3	6	35,73	31,77	77,17	166,59	0,6925	0,47	0,6516	Bilateral
Epoca	Mg	{1}	{2}	3	6	7,92	9,82	3,12	63,74	0,0946	-0,39	0,7050	Bilateral
Epoca	Fe	{1}	{2}	3	6	0,21	0,12	0,05	0,01	0,1567	0,86	0,4197	Bilateral
Epoca	Mn	{1}	{2}	3	6	0,08	0,04	9,1E-04	2,4E-03	0,5940	1,22	0,2619	Bilateral
Epoca	LOG10_Nitrat	{1}	{2}	3	5	-0,32	-0,41	0,64	0,06	0,0466	0,19	0,8658	Bilateral
Epoca	LOG10_Bicarb	{1}	{2}	3	6	2,04	1,93	0,01	1,8E-03	0,1022	2,47	0,0427	Bilateral

Elaborado por los autores a partir del resultado de los análisis de las muestras.

Prueba de Wilcoxon para muestras independientes
Cálculo exacto de probabilidades

Clasific	Variable	Grupo 1	Grupo 2	n (1)	n (2)	Media (1)	Media (2)	DS (1)	DS (2)	W	p (2 colas)
Epoca	Nitrat	1	2	3	6	1,33	0,37	1,97	0,30	15,50	>0,9999

Elaborado por los autores a partir del resultado de los análisis de las muestras.

Se evidencia que no se registró una diferencia significativa entre épocas en la mayoría de los aniones y cationes. Solo los bicarbonatos fueron significativamente más elevados (promedio 111) durante febrero en comparación con marzo (prom. 84). Las varianzas de los nitratos fueron heterogéneas y aun transformando los valores a logaritmos, no se homogeneizaron. En consecuencia, se aplicó una prueba no paramétrica de Mann-Whitney (que ignora las varianzas de los grupos a comparar) y revela que los nitratos fueron significativamente más elevados durante febrero (promedio 1,33) en comparación con los valores en marzo (prom. 0,37).

En la Tabla 4 se muestran las variables más interesantes para el estudio. El sodio, al igual que otros cationes, no presenta variación significativa entre épocas. Los coliformes totales tienen varianzas homogéneas y muestran un aumento apreciable durante la época de mayor afluencia turística, siendo esta diferencia entre épocas significativa ($p < 0,028$). Por su parte, los coliformes fecales muestran también un aumento apreciable durante la época de mayor afluencia turística, y este aumento es más significativo aún ($p < 0,0027$). Como las varianzas en el caso de las coliformes fecales fueron heterogéneas, se aplicó una transformación logarítmica para estabilizarlas.

En la tabla 4 se muestran dos tipos de pruebas, unilateral (una cola) y bilateral (dos colas). El sodio se evalúa en forma bilateral, mientras que las coliformes deben evaluarse de manera unilateral, como ya se explicó antes. En la prueba bilateral, las diferencias entre épocas de las coliformes totales NO son significativas! ($p=0,575$, NS).

Tabla 4.Pruebas unilateral y bilateral.

Prueba T para muestras Independientes

Clasific	Variable	Grupo(1)	Grupo(2)	n(1)	n(2)	media(1)	media(2)	Varianza(1)	Varianza(2)	p(Var.Hom.)	T	p	prueba
Epoca	LOG10_Col Fec	{1}	{2}	3	6	0,71	1,99	0,14	0,24	0,8225	-3,95	0,9973	UnilatD
Epoca	Sodio	{1}	{2}	3	6	6,17	5,15	31,76	33,82	0,9011	0,25	0,4051	UnilatD
Epoca	Col Tot	{1}	{2}	3	6	74,33	373,50	8534,33	118215,10	0,1374	-1,44	0,9028	UnilatD
Epoca	Col Fec	{1}	{2}	3	6	6,33	157,00	20,33	22527,20	0,0018	-2,46	0,9713	UnilatD

Elaborado por los autores a partir del resultado de los análisis de las muestras.

Se aplicó una prueba de análisis de varianza de una vía (sin verificar la homogeneidad de las varianzas en cada grupo). Se encontró que todas las variables medidas en los ríos mostraban diferencias NO significativas, a pesar de observarse un aumento evidente en algunas de ellas durante la época de mayor afluencia turística.

CONCLUSIONES:

El estudio permitió determinar que el incremento de la actividad turística en el Cantón Chone tiene los siguientes impactos en la calidad del agua de sus ríos:

- 1.-Disminuye la presencia de bicarbonatos y nitratos en el agua.
- 2.-Aumentan los coliformes totales.
- 3.-Aumentan los coliformes fecales.

También afecta al medioambiente a través de los siguientes impactos al ecosistema:

- 1.- Daños a la vegetación que protege la cuenca del rio.
- 2.- Muerte de especies de plantas y animales que habitan en la rivera del rio y en sus aguas.

Referencias bibliográficas.

2016 Google. (s.f.). [Mapa de Chone, Ecuador en Google earth].

Anton, C. S., Fernández, T. A., & González, R. F. (2013). Los lugares turísticos. Barcelona, ES: Editorial UOC. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Cátedra, M. (2009). El agua que cura. Revista de Dialectología y Tradiciones Populares, vol. LXIV, n.o 1.

Contra la domesticación del turismo: los laberintos del turismo rural. (2010). México, D.F., MX: Editorial Miguel Ángel Porrúa. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Delisle, M. y Jolin, L. (2011) ¿Es posible otro turismo? Ética, protagonistas, conceptos, dificultades, buenas prácticas, recursos. Vol. 1, Editorial D – FLACSO.

Echarri, L. (2007). Contaminación del Agua. Universidad de Navarra

García, L. (2004). Agua y turismo. Nuevos Usos de los Recursos Hídricos en la Península Ibérica. Enfoque integral. Boletín de la A.G.E. Nº 37. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=930138>

Hernández, M. R. (2010). La calidad percibida en el turismo rural. Salamanca, ES: Ediciones Universidad de Salamanca. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

InfoStat 2004. *InfoStat, versión 2004. Manual del Usuario*. Grupo InfoStat, FCA, Universidad Nacional de Córdoba. Primera Edición, Editorial Brujas Argentina.

Ley orgánica de recursos hídricos, usos y aprovechamiento. (2014). Asamblea Nacional del Ecuador. Boletín Nº 305

Márquez, E. (2012). Contaminantes orgánicos: Su origen, evolución y efectos sobre las aguas de consumo [Curso I Calidad del agua]. Instituto Latinoamericano de Ciencias.

Monterroso, N. y Zizumbo, (2010) L., *Contra la domesticación del turismo: los laberintos del turismo rural*, Editorial Miguel Ángel Porrúa

ORGANIZACIÓN Mundial de la Salud – OMS (2006). Guías para la calidad del agua potable. OMS.

Rice E., R Baird, A. Exton y L. Crescent (Eds.) 2012. Standard methods for examination of water and waste water. 21st Ed. American Public Health Association and American Water Works Association.

Rodés, Juan; Xavier Carné y Antoni Trilla (2002) *Manual de terapéutica médica*. Elsevier España.

Rodríguez, G. R., Martínez, M. C., & Hernández, V. D. (2006). Calidad del agua de fuentes de manantial en la zona básica de salud de Sigüenza. Madrid, ES: Red Revista esa de Salud Pública. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Romero, J. (1999). Calidad del agua. Editorial Alfaomega. Tercera edición.

Rosario Castro y Rubén Pérez. Saneamiento rural y salud. Organización Panamericana de la Salud. Guatemala. Diciembre 2009

Sierra, R. C. A. (2011). Calidad del agua: evaluación y diagnóstico. Bogotá, CO: Ediciones de la U. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Sokal, R. y F.R. Rohlf 2011. Biometry. 4th Ed. W. H. Freeman Publisher.

UNEP, 2001 Urgent Action Need to Protect the Marine Environment. Recuperado de <http://www.gpa.unep.org>).

Vera, J.F. (1992). La dimensión ambiental de la planificación turística: una nueva cultura para el consumo turístico. Papeles de Geografía Nº 18. Recuperado de <http://revistas.um.es/geografia/article/view/43981>

004. AUDITORÍA AMBIENTAL COMO INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL.

Autores:

MSc. Maydelin Estevez López

mestevez@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica ECOTEC

Ecuador

Mgs. Arturo V. Álvarez Arroyo

aalvarez@uagraria.edu.ec

Universidad Agraria del Ecuador

Ecuador

RESUMEN

El trabajo sustenta los elementos que tiene la Auditoría ambiental (AMA) como instrumento que verifica, analiza y evalúa la adecuación y aplicación de las medidas adoptadas por la empresa para minimizar riesgos y controlar los impactos ambientales. Es un paso del Sistema de Gestión Medio Ambiental (SGMA), en el que la gerencia determina si los sistemas de control ambiental de la empresa son adecuados, para asegurar el cumplimiento de requerimientos regulatorios y políticas internas.

La AMA implica una evaluación técnica que analiza todo lo referente a los aspectos ambientales de las actividades, procesos y servicios de la empresa y un examen administrativo que evalúa y comprueba, que el SGMA implantado se adecua para asegurar que el desempeño de la empresa, satisfaga las preocupaciones ambientales de las partes interesadas al nivel más económico. La finalidad de la AMA es garantizar el cuidado del medio ambiente a través de la evaluación ambiental de los procesos técnicos empleados, medidas preventivas y correctivas para disminuir los costos de los procesos productivos y promover el desarrollo sostenible de la empresa.

PALABRAS CLAVES

Auditoría ambiental, Instrumento, No conformidades, Sistema de Gestión Medio Ambiental, Impactos ambientales.

INTRODUCCIÓN

La auditoría ambiental (AMA) representa y certifica la garantía con que se realiza una buena gestión de los aspectos ambientales en las empresas. Tiene sus orígenes en Estados Unidos (EEUU) en los comienzos de la década del 70, y se consolida en los años 80 como consecuencia del aumento y la complejidad de la normativa medioambiental que se venía desarrollando y aprobando, además de las importantes sanciones económicas impuestas por su incumplimiento. De esta manera nace en los Estados Unidos el concepto de auditoría del cumplimiento medioambiental con el objetivo de verificar el cumplimiento de las normas medioambientales vigentes de la época. (Conesa, 1995)

“Un apoyo importante para la implementación del proceso de auditoría ambiental en los EEUU se produce a través de la Comisión de Valores Bursátiles, estableciendo que las

empresas que deseen cotizar en bolsa, deben suministrar información procedente de una auditoría ambiental, esto es facilitar al mercado y a sus integrantes una clara visión del cumplimiento de la normativa y de los riesgos que las actividades desarrolladas por la empresa conllevan sobre el medio ambiente". (Amagueña, 1994)

Se presume que en los EEUU fue el primer país de implementación de AMA y el apoyo definitivo fue consolidado a fines del siglo XX en la década del 80 por parte de Environment Protection Agency (EPA) al exigir un programa de auditorías ambientales a las empresas que presumiblemente contribuían al deterioro del medio ambiente. (Amagueña, 1994)

A finales de 1988, en París la Cámara de Comercio Internacional (ICC) recomendó la inclusión de la AMA como parte de los Sistemas de Gestión Ambiental, exponiendo que la eficacia de este instrumento de gestión se potencia si su aplicación es voluntaria y los datos obtenidos son para uso exclusivo de la empresa; con el fin de establecer el plan de medidas correctoras y mitigar los impactos ambientales detectados a través de la AMA.

Posteriormente a esta acción de la Cámara Internacional de Comercio aparecen diferentes actuaciones en países de la Unión Europea que se concretan en la aprobación del Reglamento número 1836/93, de 29 de junio de 1993 el cual define la auditoría ambiental, "como un instrumento de gestión que comprende una evaluación sistemática, documentada, periódica y objetiva de la eficacia ambiental de la organización, de la idoneidad del sistema de gestión, de la conveniencia y corrección de los procedimientos diseñados para la protección del medio ambiente". Y a su vez permite que las empresas del sector industrial se adhieran con carácter voluntario a un sistema comunitario de gestión y auditoría ambiental.

En Ecuador se publicó el 10 de septiembre de 2004 la Ley de Gestión Ambiental en el Suplemento del Registro Oficial N° 418, estableciendo la norma marco de la política ambiental del Estado ecuatoriano y de todos los organismos e instituciones relacionadas con el medio ambiente; indicando las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación, límites permisibles, controles y sanciones en la gestión ambiental. La ley establece que a través de las auditorías ambientales se realizará la evaluación del cumplimiento de los Planes de Manejo Ambiental aprobados, teniendo el estado la potestad de ejecutarlas, ya que es de carácter obligatorio que las empresas cuenten con estudios y licencias ambientales.

Actualmente es necesario considerar y valorar la situación que enfrentan las auditorías ambientales desde la óptica y la filosofía que inspiran y fundamentan los SGMA aplicando la Norma ISO 14001 o el Reglamento Europeo del Sistema Comunitario de Gestión y Auditoría Medioambientales (EMAS).

Para comprender las tendencias previsibles de evolución de las AMA es necesario considerar la situación actual de los SGMA y las perspectivas futuras de los mismos en el mercado exigente llevando consigo al incremento de la relación empresa-medio ambiente.

Flores (2002), indicó que el proceso de auditoría ambiental evolucionó en términos de objetividad, complejidad y alcance. Los programas de auditoría son hechos para satisfacer las necesidades de la empresa auditada, por ello la auditoría ambiental puede tener diferentes significados para personas, organizaciones o sectores.

Es objetivo sustentar los elementos que tiene la AMA como instrumento para verificar, analizar y evaluar la adecuación y aplicación de las medidas adoptadas por la empresa

que minimiza riesgos y controla los impactos ambientales, reflejando la importancia de la auditoría ambiental en el contexto del Sistema de Gestión Ambiental aplicando la norma ISO 14001.

DESARROLLO

Generalidades de la auditoría ambiental.

Una auditoría ambiental ha sido definida como una herramienta de gestión que sistematice los documentos y periódicamente evalúa las prácticas de gestión de la organización y cómo se salvaguarda del medio ambiente (ICC, 1991). Objetivamente, las auditorías ambientales están diseñados para ayudar a las organizaciones a lograr el compromiso de gestión y control de sus prácticas ambientales, el cumplimiento de la normativa ambiental (ICC, 1991; USEPA, 1986) y de la conformidad con las políticas de la empresa (ICC, 1991).

Flores (2002) plantea que “la auditoría ambiental es una parte integrante de un SGMA en el que la gerencia determina si los sistemas de control ambiental de la empresa/industria son adecuados para asegurar el cumplimiento de requerimientos regulatorios y políticas internas”.

La norma ISO 14001 define la auditoría del SGMA como “un proceso sistemático documentado de verificación para obtener y evaluar, de manera objetiva, evidencias que determinen si el Sistema de Gestión Ambiental de una organización está en conformidad con los criterios de auditoría del SGA, definidos por la organización y para comunicar a la alta dirección los resultados de este proceso.”

La auditoría ambiental es un instrumento de gestión que permite comprobar de manera objetiva el cumplimiento de la política ambiental determinando en qué puntos es deficiente para ser perfeccionado y suministrar información que es utilizada en la toma de decisiones, proporcionar datos de revisión del funcionamiento de todo el sistema incluido el propio subsistema de control, advertir de dónde y cómo se pueden mejorar los procedimientos que componen el sistema, minimizando los errores e incidentes y obteniendo una mayor eficacia ambiental, proporcionando al auditado la oportunidad de mejorar el SGMA y contribuir a la mejora continua del comportamiento ambiental. (Ruesga, 1995).

Las definiciones anteriores son una descripción rigurosa de la filosofía con que es necesario abordar las auditorías ambientales. Considerando y analizando las definiciones de los autores descritos, la AMA está íntimamente ligado al SGMA, como una estructura organizativa planificadora de las actividades, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para desarrollar, implantar, llevar a efecto y mantener al día la política ambiental de la empresa, considerándose en una herramienta básica del SGMA y determina la efectividad a largo plazo del sistema.

La esencia de la AMA es verificar, analizar o evaluar la adecuación y aplicación de las medidas adoptadas por la empresa auditada para minimizar riesgos y controlar la contaminación y los impactos ambientales, ya que ofrece un modelo práctico para la elaboración del diagnóstico del proceso empresarial.

Darnall, N., Seol I., Sarkis J., (2009) hace cita a lo planteado por (Power, 1997) cuando se refiere a que una auditoría (de cualquier tipo) requiere un compromiso con la filosofía

de auditoría, sus normas sociales, y una inversión comunitaria en esta práctica técnica concreta. La sociedad es cada vez más comprometida con la observación de sí mismo, a través de diversos tipos de prácticas de auditoría. La justificación de este compromiso es la noción de que los individuos deben ser responsables por sus acciones y esta rendición de cuentas debe ser verificada (Power, 1997).

En relación con el medio natural, la auditoría ambiental ha pasado a ser una herramienta para que las empresas aseguren el cumplimiento de las regulaciones ambientales, para la gestión basada en un estilo de auto-evaluación, enfatizando en los sistemas y auto-informar (Power, 1997).

Según Conesa (1995), la auditoría ambiental presenta una serie de ventajas ya que permite agilizar trámites administrativos, permisos, seguros y licencias; implantar y recibir subvenciones e incentivos en proyectos de investigación, desarrollo y formación medioambiental; justificar y divulgar a los organismos públicos, organizaciones no gubernamentales e interesados la metodología de la gestión ambiental; permite el conocimiento de los procesos, bienes y servicios de la empresa y mejora la relación administración pública – empresa.

La AMA involucra una revisión técnica que analiza lo relativo a los aspectos ambientales de las actividades, procesos y servicios de las empresas y un examen administrativo que evalúa y comprueba el SGMA implantado, verificando la idoneidad del mismo para asegurar que el desempeño de la empresa satisfaga las preocupaciones ambientales de las partes interesadas al nivel más económico.

Para el empresario el desarrollo de la auditoría ambiental es importante para evaluar los costos de las distintas alternativas técnicas, medidas preventivas y correctoras para que el impacto medioambiental que tenga lugar no supere los límites o estándares legalmente permitidos, así como el método, los plazos y las condiciones que permite solicitar las ayudas y subvenciones que al efecto puedan ser requeridos por la administración.

Cuando los empresarios inician un proceso de auditoría ambiental, generalmente no conoce los efectos y repercusiones de los aspectos ambientales generados por la actividad que desempeña y por tanto espera tener un diagnóstico completo de la empresa; es por ello que demandan una revisión inicial ambiental o evaluación del impacto ambiental que genera la empresa siguiendo estándares de un SGMA.

Existen múltiples motivaciones que llevan a realizar un proceso de auditoría ambiental entre las que se destacan: el cumplimiento de la legislación ambiental, la evaluación de las responsabilidades existentes, ahorro de costos, aumento del valor de las acciones, contratación de pólizas de seguros, la competencia de mercado, prerrequisitos para tener ecoproductos y oportunidades de negocios, integrar el medio ambiente en el ciclo de planificación, comprobar el cumplimiento de políticas y evaluación de riesgos naturales.

Objetivos de la auditoría ambiental.

La auditoría ambiental supone un control de las actividades de la empresa, dirigido principalmente a la prevención de los problemas de esta rama, buscando mayor eficiencia ambiental. Es necesario desarrollar y establecer un plan de auditorías con el propósito de revisar sistemáticamente el SGMA que permita el seguimiento de la

evolución a las actividades y características de la empresa y de la eficacia de su implantación.

Los objetivos que se plantea una auditoría ambiental son variables, dispersos, prolijos y cuantiosos, sin embargo verificar el estado actual de la relación medio ambiente-empresa-actividad y detallar los derechos y obligaciones de la empresa en materia de cumplimiento con la legislación ambiental vigente y del SGMA implantado es objetivo principal de un proceso de auditoría ambiental desde la óptica del SGMA.

De acuerdo con Flores (2002) de manera global los objetivos genéricos de la auditoría ambiental se pueden resumir en:

- Facilitar el control de la gestión de las prácticas medio ambientales
- Cumplir leyes, ordenanzas, y reglamentos.
- Asegurar que el SGMA ha sido correctamente implantado y mantenido.
- Verificar la política medioambiental de la empresa.
- Evaluar la efectividad de los planes ambientales propuestos.
- Identificar las no conformidades y recomendar medidas correctivas necesarias para cada una de ellas.

Finalidad de la auditoría ambiental, principios básicos.

Existen principios básicos en la auditoría ambiental que es necesario que se cumplan, para garantizar efectividad, rigor y seriedad. Para ello la auditoría se planea, proyecta y ejecuta con el fin de reunir y evaluar la información necesaria y suficiente para:

- Identificar y documentar el estado de cumplimiento de la normativa, en este caso 14001.
- Dar seguridad a la dirección para ayudar en la mejora de la gestión ambiental.
- Determinar el grado de efectividad del sistema de gestión ambiental.
- Mejorar el nivel de conciencia ambiental.
- Acelerar el desarrollo de los sistemas de control de gestión ambiental.

Cuando se inicia un proceso de auditoría ambiental es importante definir el alcance de la misma, que incluye: los temas y áreas auditables y el período que abarca, el objeto de la auditoría, las normas de comportamiento de la legislación ambiental vigente y del SGMA implementado.

Los contenidos de una auditoría son diversos y varían en dependencia de la misión establecida en el SGMA de cada empresa, incluso dentro del plan de auditoría pueden existir diferentes contenidos en función de las áreas de la institución y de las circunstancias o la orientación de la misma.

La periodicidad de la auditoría será fijada por la dirección de la empresa considerando las repercusiones medioambientales generales que puedan entrañar los elementos de las actividades en función de su naturaleza, magnitud y grado de producción de emisiones, residuos sólidos, consumo de materias prima y energía, así como la interacción con el medio ambiente.

Según la Red Ecuatoriana de Consultores Ambientales Independiente (RECAI), 2005, el cronograma de la auditoría contempla tres fases o etapas fundamentales: la preauditoría (etapa de contacto entre los auditores y la empresa y el estudio de los antecedentes de la empresa por parte de los auditores), la auditoría llamada "*in situ*" (etapa de revisión, entrevista, evaluación de todos los procesos en la propia empresa,

es decir la auditoría propiamente dicha) y la postauditoría (etapa de elaboración y presentación de informe de la auditoría).

El cronograma es variable no tiene que ser estático pues depende de la empresa a auditar, el tiempo de duración no debe superar de dos meses, como no debe ser inferior a las tres semanas.

Las auditorías ambientales serán efectuadas por un equipo multidisciplinario, que incluya personal especialista en gestión ambiental y en las actividades desempeñadas por la misión de la empresa a auditar, con experiencia y conocimientos de los sectores y campos comprendidos en el ámbito de la auditoría y con las normas ISO 14000.

Rol del proceso de auditoría en el Sistema de Gestión Ambiental.

la Cámara de Comercio Internacional, define el Sistema de Gestión Medioambiental como el marco o método de trabajo que sigue una organización para lograr y mantener un determinado comportamiento, de acuerdo con las metas fijadas y como respuesta a normas, riesgos ambientales y presiones tanto sociales como financieras, económicas y competitivas en permanente cambio.

Guédez, C. et. al., (2003) cita a Cascio et al., 1996 en lo referente a que los Sistemas de Gestión Ambiental son concebidos como vías para identificar y manejar sistemáticamente los aspectos e impactos ambientales por parte de las empresas. Además hace referencia que los SGA están estrechamente relacionados con los sistemas de gestión de la calidad, que son mecanismos que proporcionan un proceso sistemático y cíclico de mejora continua. En este sentido, un SGA es aquel que permite a la empresa controlar los procesos susceptibles de generar daños al ambiente, minimizando los impactos ambientales de sus operaciones y mejorando el rendimiento de sus procesos. Así mismo, identifica políticas, procedimientos y recursos para cumplir y mantener una gestión ambiental efectiva en una empresa u organización (Clements, 1997; Malavé, 1998; Hunt y Johnson, 1998).

La aplicación de auditorías ambientales a las operaciones de una organización es paralela a la auditoría de calidad de las empresas. Al exigir un compromiso de mejora continua de procesos y la calidad del producto, las organizaciones que confían en la auditoría de calidad garantizan que la calidad se mida constantemente y la acción correctiva sea apropiada a los defectos que se producen (Corbett, Montes- Sancho, & Kirsch, 2005), citado por Darnall, N., Seol I., Sarkis J., (2009).

Aguilera, Estevez & Álvarez (2014), plantean que la gestión ambiental incorpora los valores del desarrollo sostenible en las metas corporativas de la empresa, integrando políticas, programas y prácticas respetuosas con el medio ambiente en un proceso de mejora continua. Pretende el desarrollo de productos y servicios con los menores efectos ambientales posibles, a través del proceso cíclico de planificación, implantación, revisión y mejora de los procedimientos; medibles por la auditoría medioambiental.

La auditoría juega un papel fundamental en el proceso de SGMA ya que determina si el mismo cumple los requisitos de las normativas, la idoneidad y la efectividad del sistema para alcanzar los objetivos medioambientales; verifica el cumplimiento de los requisitos legales aplicados en materia medioambiental y proporciona la oportunidad de mejora del SGMA.

Las evaluaciones que se informan como resultados de las AMA según los consultores ambientales se refieren a:

- ✓ Conformidad (C): Calificación dada a las actividades, procedimientos, procesos, instalaciones, prácticas o mecanismos de registro que se han realizado o se encuentran dentro de las especificaciones expuestas en el Plan de Monitoreo Ambiental del SGMA y normativa ambiental específica aplicable para el sector auditado.
- ✓ No Conformidad (NC): Calificación dada a las actividades, procedimientos, procesos, instalaciones, prácticas o mecanismos de registro que no se han realizado o no se encuentran dentro de las especificaciones expuestas Plan de Monitoreo del SGMA y normativa ambiental específica aplicable para el sector auditado.
- ✓ No Conformidad Menor (NC-): Calificación que implica una falta leve frente al Plan de Monitoreo del SGMA y normativa ambiental específica aplicable para el sector auditado.
- ✓ No Conformidad Mayor (NC+): Calificación que implica una falta grave frente al Plan de Monitoreo del SGMA y normativa ambiental específica aplicable para el sector auditado.
- ✓ No Aplica: Se da esta calificación cuando se ha citado acciones del Plan de Monitoreo del SGMA y normativa ambiental específica aplicable para el sector auditado que no tienen relación con la actividad que se realiza y su aplicabilidad es innecesaria.

CONCLUSIONES

A medida que las auditorías ambientales se transforman en instrumentos asociados a los Sistemas de Gestión Ambiental adoptan un carácter periódico, es una evaluación del grado de cumplimiento del SGMA y de los procedimientos diseñados por la empresa para la protección del medio ambiente.

La AMA se planea, proyecta y ejecuta con el fin realizar un diagnóstico y evaluar la los procesos, actividades e información ambiental de la empresa, teniendo en cuenta los elementos básicos para ejecutarla, definiendo el alcance, contenido, periodicidad, cronograma, el equipo auditor idóneo y la evaluación.

BIBLIOGRAFIA

- Aguilera, R., Estevez, M. & Álvarez, A., (2014, febrero). La gestión ambiental y la ética administrativa en la empresa del siglo XXI. *RES NON VERBA*. Edición especial, p. 97-107.
- Amagueña, P. (1994). Auditoria Medio Ambiental. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces. S. A. Madrid, España.
- Auditoría ambiental en una estación de servicio de combustible. https://www.google.com.ec/?gfe_rd=cr&ei=MtYgU9qXDubd8gf8_oGACQ#q=auditoria+ambiental+en+ecuador
- Cámara de Comercio Internacional (CCI), (1991). Un proceso de auditoría ambiental. París, p. 103.
- Guédez, C., De Armas, D., Reyes, R. & Galván, L. (2003). Los Sistemas de Gestión Ambiental en la industria petrolera internacional. *Interciencia*. Sep 2003, Vol. 28 N° 9. Venezuela. 528 pp.

- Cascio J, Woodside G, Michell P (1996) Guía ISO 14001: Las nuevas normas internacionales para la administración ambiental. McGraw-Hill. México. 276 pp
- Clements R (1997) Guía Completa de las Normas ISO 14001. Ed. Gestión 2000. España. 285 pp.
- Conesa, V. (1995). Los Instrumentos de la Gestión Ambiental. Madrid : Mundi Prensa.
- Conesa. V. (1995). Guía Metodológica de Auditoría Medio Ambiental. Madrid: Mundi Prensa.
- Darnall, N., Seol I., Sarkis J., (2009). Perceived stakeholder influences and organization's use of environmental audits. Accounting organization and Society V: 34, N° 2, 173 pp. United States
- ECA. Instituto de Tecnología y Formación S:A. (2007). Auditorías Ambientales. Madrid: Fundacion Confemetal.
- Flores, J. (2do semestre del 2002). Los objetivos y los procesos de la auditoría ambiental en el Perú. Quipukamayoc, pp 15-20.
- International Chamber of Commerce (ICC) (1991). An ICC guide to effective environmental auditing. Paris: ICC Publishing.
- Malavé J (1998) La Gestión Ambiental: impulso o freno al desarrollo? IESA. Venezuela. 162 pp.
- Power, M. (1997). The audit society: Rituals of verification. Oxford: Oxford University Press.
- Red Ecuatoriana de Consultores Ambientales Independientes (ECAI), 2005. Guía práctica para la realización de auditorías ambientales, 2005 RECAI, recuperado 24 de febrero del 2014. Disponible en: <http://www.recaiecuador.com/Biblioteca%20Ambiental%20Digital/Guia%20para%20realizar%20Auditorias%20Ambientales.pdf>
- Reglamento de la Cámara de Comercio Internacional, (29 de junio de 1983). Recuperado el 20 de febrero de 2014, de https://www.aga.es/doc.Reglamento_CEE.183.93
- Ruesga, S. D. (1995). Empresa y Medio Ambiente. Madrid: Piramide – Madrid, España.
- UCA – IUSS. (2013). Gestión y Auditoría Ambiental en la Empresa. Curso de Maestría en Gestión Ambiental. Universidad de Cádiz, España.
- US Environmental Protection Agency (USEPA). (1986). Environmental auditing policy statement. 51 Federal Register 25003, 25006. Washington, DC: USEPA.

005. APROVECHAMIENTO DEL AGUA DEL ACUEDUCTO DE LA REFINERÍA DEL PACÍFICO PARA LA ZONA CENTRO - OCCIDENTE DE LA PROVINCIA DE MANABÍ, UNA PROPUESTA SOSTENIBLE.

Autor:

ING. HUGO ANDRÉS CRESPO CEVALLOS

hcrespo@pucem.edu.ec

0987362726

RESUMEN

El acueducto entre la represa “La Esperanza” y la Refinería del Pacífico, obra ejecutada por parte de la Compañía Odebrecht, abastecerá de líquido vital al complejo industrial, además de aportar un porcentaje de su flujo a la red pública de agua potable de tres cantones cercanos a la zona. Sin embargo, la petroquímica no ha iniciado su construcción formal, y si iniciara el día de hoy, tomarían alrededor de cinco a seis años para que se encuentre operativa. El objetivo de este estudio es el de establecer el caudal medio necesario para abastecer a los pobladores de esta zona, considerando la población actual y futura, de acuerdo la norma rural establecida para el abastecimiento de agua, y así fomentar su desarrollo productivo, turístico y social, partiendo siempre desde las especificaciones técnicas dadas del acueducto. Para conocer el caudal medio necesario se tomó los datos de población, la dotación normada de acuerdo al nivel de servicio para cada cantón, y dependiendo de su importancia turística y/o social, la demanda de parroquias en específico. Mediante entrevistas, se obtuvieron los datos reales de abastecimiento actual de los cantones y parroquias aquí citados, así como testimonios sobre la problemática en el tema agua, que con esta propuesta pueden ser resueltos en mediano plazo. Este trabajo brinda datos específicos de las necesidades de líquido vital para la zona de estudio y demostrar que es posible aprovechar el agua del acueducto para esta zona debido a la sub – utilización que tendrá al no abastecer a la Refinería del Pacífico dentro de por lo menos, los próximos seis años.

Palabras clave: Abastecimiento, Acueducto, Refinería del Pacífico

INTRODUCCIÓN

La provincia de Manabí se ha distinguido a lo largo de su historia por el problema del recurso hídrico. Irónicamente, y dependiendo de las latitudes y épocas del año donde nos enfoquemos, los manabitas nos quejamos de la falta o exceso de agua, tanto para el consumo humano como para el riego de sus sembríos.

De acuerdo a la Constitución del Ecuador en su artículo 318, el agua es un patrimonio nacional estratégico, que en orden de prelación, debe usarse para garantizar el abastecimiento para el consumo humano, riego para la soberanía alimentaria, caudal ecológico y actividades productivas, por lo que debemos

considerar el aprovechamiento de este acueducto, que de acuerdo al examen especial de ingeniería de la construcción del acueducto presa La Esperanza – Refinería del Pacífico de la Contraloría General del Estado tuvo un costo de 259´914.484,26 USD, para la dotación de agua pre - tratada a las redes públicas de los cantones: Bolívar, Junín, Tosagua, Rocafuerte y la Parroquia Charapotó.

A diferencia del resto de las provincias del Ecuador, Manabí se caracteriza por ser una provincia demográficamente más proporcionada, es decir, su capital, Portoviejo, no polariza gran parte de la población de la provincia. De acuerdo al último censo de población y vivienda de 2010, Portoviejo acapara tan solo el 20,44% de los habitantes de su provincia, que, comparando con Guayas y Pichincha, las relaciones son en 64,48% y 86,91% respectivamente, con respecto a sus capitales Guayaquil y Quito.

Esto significa que las necesidades en los servicios básicos no se centran mayoritariamente en la capital provincial, sino que deben ser ampliadas a toda la provincia que tiene una superficie de 18940 km², la sexta del país, aunque la que más territorio abarca geográficamente de norte a sur con casi 250 km, por lo que algunas poblaciones, en especial de la zona centro oeste, han sido históricamente desatendidas en la dotación de agua.

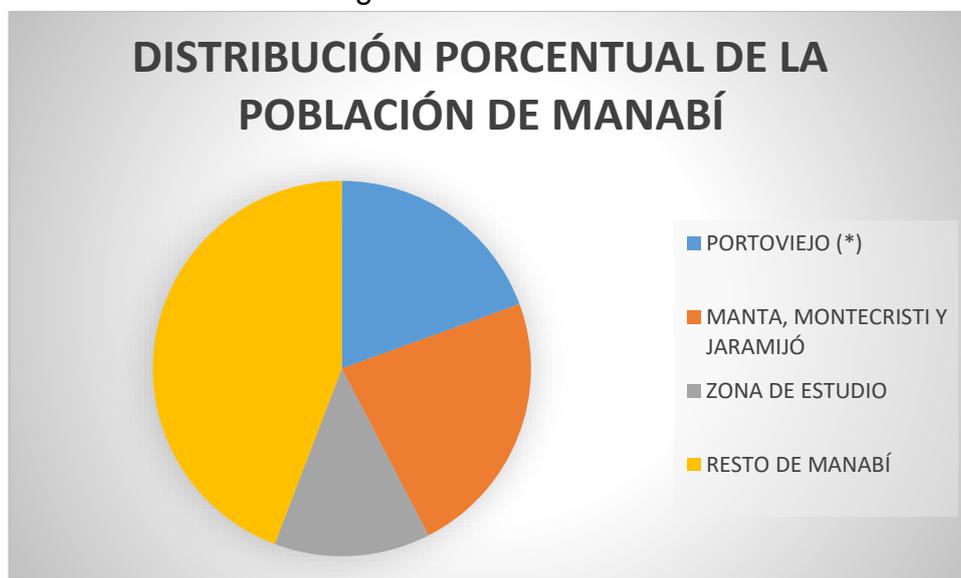


Gráfico 1. Porcentajes de la población en la provincia de Manabí.

Fuente: INEC – Gráfico realizado por el autor.

(*) En este porcentaje del Cantón Portoviejo, no se toma en cuenta la población de la Parroquia Crucita que se la considera en la de la Zona de Estudio.

En 2008, el Gobierno Nacional designó al sector de “El Aromo”, en el centro occidente de Manabí, como sitio de construcción de la Refinería del Pacífico “Eloy Alfaro”, pero debido a la drástica caída en el precio del petróleo entre enero de 2014 e inicios de 2016, el financiamiento para la construcción de la refinería se vio afectado por lo que este proceso se ha detenido. Debido a las características geomorfológicas del sector, se construyó un acueducto de 93 km de longitud por parte de la compañía Odebrecht desde la represa “La Esperanza” para abastecer de líquido vital al complejo industrial, capaz de transportar nominalmente 5500 metros

cúbicos por hora – y hasta 6000 en su pico máximo de rendimiento – de los cuales 2000 serían destinados para los Cantones de Manta, Jaramijó y Montecristi. Sin embargo, el acueducto será entregado en el último trimestre de 2016, lo que significará en su subutilización ya que, a partir de que se empiece a construir la refinería, este proceso tomaría alrededor de seis años, lo que conlleva a la pregunta: ¿Cómo se utilizará el agua del acueducto en este periodo de tiempo? Este estudio propone, de acuerdo a los cálculos de dotación realizados, entregar parte del agua que transportará, a los cantones por donde atraviesa el acueducto: Bolívar, Tosagua, Junín, y Rocafuerte, así como las playas cercanas de Crucita y de la Parroquia Charapotó del Cantón Sucre, que por su enorme flujo de turistas, necesitan de un servicio de agua potable continuo. En la actualidad, salvo Rocafuerte, los cantones en mención, además de San Vicente, se sirven de agua del Sistema Regional de Abastecimiento de Agua Potable “La Estancilla”, ubicado en el Cantón Tosagua, pero este no abastece de manera óptima a la población de esta área de la provincia.

De acuerdo a los cálculos realizados, para satisfacer a la población de esta zona central de la provincia, son necesarios 750 m³/hora de líquido, lo que corresponde a casi el 15% de la capacidad total de transporte del acueducto, por lo que se propone construir las facilidades de superficie necesarias para captar el flujo del acueducto, y así aprovechar de mejor manera esta obra que, de acuerdo a las autoridades competentes, no tiene una utilización definida mientras no se concrete la construcción de la refinería.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para realizar un cálculo aproximado del caudal medio necesario para abastecer a los habitantes de la zona de estudio que comprende a los cantones: Bolívar, Tosagua, Junín, Rocafuerte, San Vicente, y las playas de Crucita y de la Parroquia Charapotó; se utilizó las ecuaciones y regulaciones de la Norma de diseño para sistemas de abastecimiento de agua potable, disposición de excretas y residuos líquidos en el área rural (CO 10.7 – 602), en donde la principal variable de análisis fue el número de habitantes, dato con el que podemos determinar una población servida a futuro, lo que se estableció en un margen de 10 años a partir de los datos del censo de población y vivienda del año 2010, lo que resulta en un cálculo aproximado de habitantes para el año 2020 y así garantizar el flujo de agua. Los datos de abastecimiento actuales de los cantones y poblados, fueron recopilados a través de entrevistas estructuradas a funcionarios técnicos de la planta de abastecimiento de tratamiento “La Estancilla”, ubicada en la parroquia Ángel Pedro Giler de Tosagua, que es la encargada de dotar de agua a cinco cantones del centro de la provincia en la actualidad, así como entrevistas a los habitantes de la zona para determinar cómo se sienten dotados con el servicio de agua potable. De esta manera, con toda esta información disponible, se realizó un estudio de caso para finalmente determinar si la dotación necesaria para este sector, puede ser abastecida por el acueducto entre la represa “La Esperanza” y la Refinería del Pacífico.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN (METODOLOGÍA UTILIZADA)

La población de los cantones en estudio suma un total de 182814 habitantes, de acuerdo al último censo de población, que representan un 13,34% de la población de Manabí, y sin embargo, de acuerdo a entrevistas a habitantes de distintos puntos de Calceta, Junín, Tosagua, Charapotó y Crucita, es una diaria costumbre recibir agua potable tan solo unas horas al día, y en algunos poblados, no recibirla por días. Esto conlleva a una grave preocupación debido al alto potencial turístico de la zona, no solo por sus playas o paisajes, sino también por su gastronomía y ancestrales costumbres que son motivo de visita por parte de turistas nacionales y extranjeros, y que por la falta de agua se ven mermados en las ofertas que pudieran plantearse.

LUGAR	POBLACIÓN (Hab)
Bolívar	40735
Junín	18942
Tosagua	38341
Rocafuerte	33469
San Vicente	22015
Crucita	14050
Charapotó	15262
TOTAL	182814

Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi> - Tomado el 2 de mayo de 2016

Tabla elaborada por el Autor

A partir de los datos de esta tabla, se han establecido los caudales promedios de acuerdo a la norma de diseño para sistemas de abastecimiento de agua potable en el sector rural (CO 10.7 – 602), que deben garantizarse a los pobladores, pudiendo estimar una población futura de este sector para el año 2020 a partir de la ecuación (1):

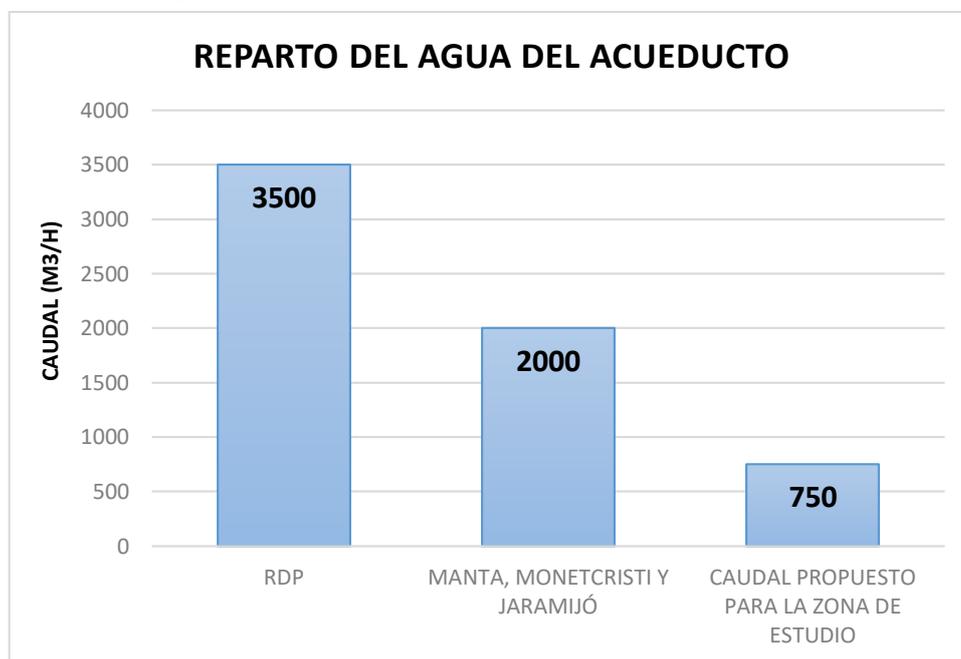
$$Pf = Pa(1 + r)^n \quad (1)$$

Donde, **Pf** es la población futura, **Pa** la población actual, **r** es la tasa de crecimiento geométrico de la población que para el sector costa se considera en 0,015 y **n** el periodo de diseño de diez años a partir de los datos del censo de población y vivienda de 2010, de donde calculamos que la población en este sector de la provincia se considerará en alrededor de los 212.163 habitantes.

Así mismo, de acuerdo a la tabla 5.3 de la norma de diseño (CO 10.7 – 602), para este tipo de sectores se considera un nivel de servicio IIa (II = 2 en números romanos), (para la dotación de agua, que para sitios con clima cálido resulta en 85 l/hab*día (litros por habitante en un día). De esto y a partir de la ecuación (2), obtenemos que para el año 2020, estimando el total de la población de estos cantones, se necesitarán alrededor de 750 m³/h (metros cúbicos por hora), realizando las conversiones necesarias para obtener los resultados en las unidades propuestas.

$$Q_m = \frac{P \times D}{86400} \quad (2)$$

Como se mencionó anteriormente, el acueducto que abastecerá a la Refinería del Pacífico, tendrá una capacidad nominal de transporte de 5500 metros cúbicos por hora, de los cuales 2000 se entregarán a las redes de agua potable de Manta, Montecristi y Jaramijó. Entonces, de la misma manera, puede aprovecharse esta construcción para suministrar del líquido vital a los cerca de 200.000 habitantes de este sector de Manabí.



CONCLUSIONES

- El caudal calculado para abastecer a todos los habitantes proyectados a 2020 es de 750 m³/h, o su equivalente a 18.000 m³ al día.
- De acuerdo al cálculo realizado a partir de la población futura obtenida, todos los habitantes de este sector localizado en la parte centro occidental de la provincia, se beneficiarían de agua tan solo con el 14% de la capacidad nominal de transporte del acueducto
- Al estar el acueducto en un 90% de su longitud bajo tierra para preservar su seguridad y funcionamiento, deben diseñarse y construirse facilidades de superficie que capten el fluido y sea conducido a una planta de tratamiento de agua potable, que de acuerdo a la geografía, puede ser considerada la de “La Estancilla”, y potenciar su dotación para garantizar el fluido a los habitantes de este sector de la provincia.

Referencias bibliográficas:

- Manual de Operaciones: “Ingeniería para el suministro de agua dulce desde la represa La Esperanza hasta la Refinería del Pacífico. Bases y criterios de diseño”. 2013

- Contraloría General del Estado, Dirección de Auditoría de Proyectos y Ambiental (2015). *Examen especial de ingeniería a la construcción del Acueducto presa La Esperanza – Refinería del Pacífico Eloy Alfaro RDP Compañía de Economía Mixta (DAPyA-0046-2015)*.
- Myryam Cisneros C., “La Refinería del Pacífico en la agenda de seguridad energética Ecuatoriana y Regional”. Recuperado de <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/451/2/MYRIAM%20CISNEROS%202.pdf>
- Proyecto de Evaluación de Vulnerabilidad y Reducción de Riesgo de Desastres a Nivel Municipal en el Ecuador – ECHO/DIP/BUD/201/91002. Análisis de vulnerabilidad del Cantón Manta. Documento preliminar.
- Constitución del Ecuador.
- Norma CO 10.7 – 602 Revisión, Norma de diseño para sistemas de abastecimiento de agua potable, disposición de excretas y residuos líquidos en el área rural, Secretaría del Agua.

006. COMPORTAMIENTO DE LOS RENDIMIENTOS DE SAL EN EL PROCESO DE EVAPORACIÓN A CAUSA DE LAS PRECIPITACIONES, ECUASAL C.A.

Autores:

Ing. Javier Andrés Pizarro Ruiz

jpizarro86@hotmail.com

Empresa ECUASAL C.A, Ecuador

MSc. Maydelin Estevez López

mestevez@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador

RESUMEN

La investigación se realizó en la planta de producción de sal de la empresa ECUASAL C.A ubicada en el cantón Salinas km 1 vía Mar Bravo. La producción de sal es altamente amenazado por las lluvias, debido a la mezcla de agua dulce con salada y salmuera en las piscinas; para el proceso de evaporación de piscinas el sol y el viento es vital, es por ello que resulta importante evaluar el comportamiento de los rendimientos de la producción de sal en el proceso de evaporación de agua de mar y salmuera, en función de las precipitaciones pluviales en la empresa ECUASAL C.A., en el período 2001-2014. Para la evaluación se hizo el análisis de precipitación; del rendimiento histórico de producción de sal y del plan de producción del período 2001-2014. Empleando el SPSS se determinó la correlación y regresión del rendimiento y precipitaciones de igual periodo. Los eventos de lluvias ocurridos en los años 2001 y 2002 fueron significativos y repercutieron en los rendimientos de sal, siendo significativo y teniendo un comportamiento inversamente proporcional, demostrado en el análisis de correlación, ocasionando porcentaje de incumplimiento en la producción de 63% en el 2001 y 55 % en el 2002, afectándose el plan de ingreso en igual porcentaje. El análisis de eficiencia de la empresa unido al estudio demostrado de la influencia de las lluvias en la producción conllevó a realizar un plan de contingencia como medida para prevenir y mitigar las afectaciones que causan los eventos de lluvias.

PALABRAS CLAVES

Rendimiento, Producción, Sal, Precipitaciones, Evaporación

INTRODUCCIÓN

La sal es una roca comestible sustraído por medio de la evaporación de agua salada realizada por diferentes tipos de procesos de evaporación para la obtención del mineral. El proceso de evaporación es más intenso en las zonas tropicales, y menor en las zonas

polares. Las aguas superficiales son más saladas porque la evaporación hace que la concentración de sal aumente. El contenido salino de muchos lagos, ríos, o arroyos es tan pequeño, que a esas aguas se las denomina agua dulce. El contenido de sal en agua potable es, por definición, menor a 0,05%. Si no, el agua es señalada como salobre, o definida como salina si contiene de 3 a 5% de sal en volumen. Por encima de 5% se la considera salmuera. El océano es naturalmente salino con aproximadamente 3,5% de sal. Algunos lagos o mares son más salinos. El Mar Muerto, por ejemplo, tiene un contenido superficial de alrededor del 15%. (Rodríguez, 2011).

La compañía "ECUASAL C.A." realiza las actividades de comercio y refinación en la planta Guayaquil ubicada en el Km. 12 ½ vía Daule, el punto del trabajo de investigación donde se va analizar la producción de la materia prima se concentra en el cantón Salinas en el km 1 vía Mar Bravo.

En los 50 años que tiene la empresa ECUASAL C.A. los rendimientos de producción de sal se han afectado presuntamente en los momentos de ocurrencias de eventos lluviosos, lo cual conlleva a realizar un llamado de alerta a la planta productora en tiempos de invierno desde diciembre a marzo para prevenir los daños que las precipitaciones pueden causar.

La producción de sal se ve altamente amenazado por las lluvias, debido a la mezcla de agua dulce con el agua de mar y salmuera en las piscinas, para el proceso de evaporación de piscinas el sol y el viento es vital, es por ello que resulta importante estudiar los rendimientos correlacionados con las variables meteorológicas, para determinar en qué medida se afectan los rendimientos de producción de sal durante el proceso de evaporación de agua de mar y salmuera debido a las precipitaciones los diques que forman las piscinas son afectados y con el tiempo destruidos por los altos niveles de precipitación; los resultados de la investigación serán las bases que permitirán tomar las decisiones para elaborar e implementar en la empresa un plan de emergencia que permitiría prevenir de manera positiva los impactos que las precipitaciones causaron a la empresa en épocas pasadas, ocasionando pérdidas en la producción de la empresa. Para ello se pretende evaluar el comportamiento de los rendimientos de la producción de sal en el proceso de evaporación de agua de mar y salmuera, en función de las precipitaciones pluviales en la empresa ECUASAL C.A., en el período 2001-2014.

DESARROLLO

Metodología

Análisis de precipitación, período 2001 al 2014.

Los datos meteorológicos de este estudio fueron proporcionados por el Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología (INAMHI), de la Estación Meteorológica de Ancón (M174) ubicada entre las coordenadas 2°19' S y 80°50' O, durante los períodos 2001 y 2014.

Estos datos climáticos son representativos de las condiciones climáticas de la región peninsular y de las áreas de estudio

Rendimiento histórico de producción de sal ECUASAL C.A.

Los datos de rendimientos en la empresa se registran en tablas, para ello se realizan los cálculos pertinentes que se detallan a continuación. Para el estudio de caso se determinó evaluar los rendimientos en el período del 2001 al 2014. Para el cálculo de la producción estimada mensual de crecimiento de sal en piscinas, se utilizan los datos de los niveles de los seis puntos o estacas por evaporador, calculándose un promedio para obtener el volumen de sal, valor necesario para determinar la cantidad de área producida en toneladas.

Cálculo del volumen de sal:

$$V(sal)=PE*A(piscina)$$

Donde:

V(sal)- Volumen de sal. (Tm)

PE- Promedio del evaporador (cm)

A(piscina)- Área de la piscina (he)

Cálculo de cantidad de sal:

$$C(sal)=V(sal)*VDe$$

Donde:

C(sal)- Cantidad de sal producida (cm)

V(sal)- Volumen de sal. (Tm)

VDe- Variable de densidad establecida (ge)

En el reporte de producción mensual se registran los datos. En la figura 1 es un fragmento del reporte de producción mensual en el que se detalla la producción estimada y se adjuntan los datos meteorológicos obtenidos de la planilla mensual de control meteorológico y en base al reporte mensual de producción se analizan los datos que influyen en la producción de sal como: evaporación de agua fresca y salmuera, cantidad de lluvia y velocidad del viento.

	No.	HECTAREAS	FECHA		GRAV. E SPEC.		PROFUNDIDAD		SAL		T.M SAL	
			LLENADO INICIAL		SALMUERA		SALMUERA (cm)		(cm)	(cm)	DISPONIBLE	
CRISTALIZADORES	1	2,35	30-sep-14		1,232		23		17,05		4,528	
	2	2,47	19-sep-14		1,226		23		17,25		4,815	
	3	3,54	16-sep-14		1,236		19		19,63		7,854	
	4	1,96	08-oct-14		1,224		25		16,45		3,643	
	5	2,02	22-sep-14		1,242		13		17,10		3,903	
	6	2,35	25-sep-14		1,232		23		19,27		5,116	
	7	2,54	31-oct-14		1,228		25		16,03		4,602	
	8	2,28	25-oct-14		1,236		19		18,27		4,706	
	9	2,52	02-oct-14		1,230		21		16,93		4,822	
	10	2,27	14-oct-14		1,236		20		19,03		4,882	
	11	2,43	29-oct-14		1,226		23		18,35		5,039	
	12	3,55	04-oct-14		-		-		19,17		7,689	
	13	2,88	20-oct-14		1,228		26		16,73		5,446	
	14	1,62	17-sep-14		1,230		23		19,47		3,564	
	Deo 1	1,30	22-oct-14		1,228		16		15,23		2,237	
TOTAL SAL FIN DEL MES (PROMEDIO cm-T.M.)										18,54	72,846	
SAL COSECHADA (----- - T.M.)										-	-	
SAL DISPONIBLE - INICIO DEL MES (PROMEDIO cm- T.M.)										16,88	66,332	
PRODUCCION ESTIMADA (PROMEDIO cm- T.M.)										1,86	6,514	

INVENTARIO (PILA)	INVENTARIO - INICIO DEL MES	32.778,36	T.M.
	COSECHA	-	T.M.
	COMPRA LOCAL	11.825,47	T.M.
	DESPACHO REFINERIA		T.M.
	DESPACHO DIRECTO	1.425,98	T.M.
	TRANSFERENCIA A BASE DE PILA		T.M.
INVENTARIO FIN DE MES		43.177,85	T.M.
INFORMACION METEOROLOGICA	LLUVIA TOTAL MENSUAL	5,99	cm
	EVAPORACION NETA TOTAL MENSUAL - AGUA FRESCA	9,18	cm
	EVAPORACION NETA TOTAL MENSUAL - SALMUERA 1.208	2,56	cm
COMENTARIOS:	WIENTO TOTAL MENSUAL	8.764	km
EYA			

Figura 1. Reporte de producción mensual (TM) datos obtenidos de procedimientos INEM 2014.

Fuente: ECUASAL C.A.

Elaborado por: Elaboración propia.

Correlación y regresión del rendimiento y precipitaciones, período 2001-2014.

Los estudios correlacionales pretenden responder a la pregunta de investigación. Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en partícula (Sampieri, R.; Sampieri, C. & Baptista, P., 2010).

Se usa una investigación correlacional ya que se encuentra la variable precipitación en el proceso de evaporación de salmuera que afecta los rendimientos de producción de sal, analizando el proceso paso a paso se muestra cómo va variando las densidades de agua por cada etapa de evaporación llegando a un aumento óptimo para pasar a formar los cristales de sal. En las fases investigadas se llega a un punto crítico que es la circulación de salmuera dando como resultado en épocas de lluvias la mezcla de agua dulce en los evaporadores, en el análisis se va a relacionar el comportamiento de las precipitación en el rendimiento de la producción.

Para el estudio de correlación se utilizó el Programa Estadístico SPSS versión 19, donde se declaró la variable independiente y dependiente de la siguiente forma (figura 2):

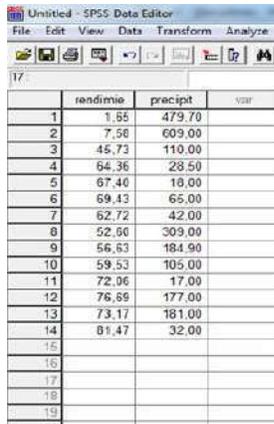
X: variable independiente (nivel de precipitaciones)

Y: variable dependiente (nivel de rendimiento)

Se determinó el coeficiente de correlación de Pearson y se hizo un análisis de regresión lineal simple dado que existe solo una variable independiente (exógena).

Regresión lineal:

Expresándolo en forma simple, la regresión lineal es una técnica que permite cuantificar la relación que puede ser observada cuando se grafica un diagrama de puntos dispersos correspondientes a dos variables, cuya tendencia general es rectilínea (FAO, 1983).



	rendimie	precipit	vorr
1	1,55	479,70	
2	7,58	609,00	
3	45,73	110,00	
4	64,36	28,50	
5	67,40	18,00	
6	69,43	65,00	
7	62,72	42,00	
8	52,60	309,00	
9	56,63	184,90	
10	59,53	105,00	
11	72,06	17,00	
12	76,69	177,00	
13	73,17	181,00	
14	81,47	32,00	
15			
16			
17			
18			
19			

Figura 2: Base de dato en SPSS, variables X y Y.

Fuente: Programa estadístico SPSS.

Elaborado por: Elaboración propia.

Análisis del plan de producción, período 2001-2014. ECUASAL C.A.

Para determinar el cumplimiento del plan de producción de sal por año en la empresa, se utilizaron los datos de la producción proyectada y real y se calculó el porcentaje de cumplimiento.

$$C P(\%) = \frac{PR * 100}{PP}$$

Donde:

CP (%)- Porcentaje de cumplimiento de la producción.

PR- Producción real (TM).

PP- Producción proyectado (TM)

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

Niveles de precipitación del 2001 al 2014.

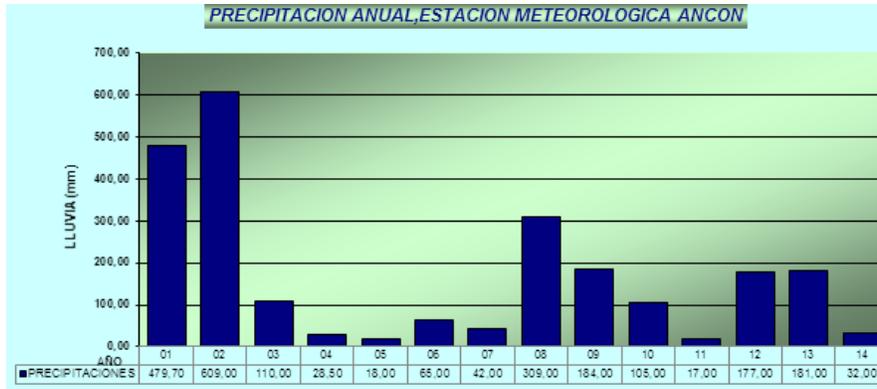


Gráfico 1. Precipitación promedio anual (mm) de la Estación Ancón, período 2001-2014.

Fuente: INAMHI.

Elaborado por: Javier Pizarro

Durante el período analizado se pudo notar valores máximos de precipitación anual de 479,70 mm en el año 2001 y 609 mm en el año 2002. En el gráfico 1 se observan valores máximos de precipitación anual de 479,70 mm y 609 mm para los años 2001 y 2002 respectivamente, mientras que entre el 2003 y 2007 disminuyeron significativamente las precipitaciones mostrando valores que no superaron 110 mm, caracterizando un período muy seco en la península.

Rendimiento histórico de producción de sal, ECUASAL C.A.



Gráfico 2. Producción promedio anual (TM).

Fuente: ECUASAL C.A.

Elaborado por: Elaboración propia

Como se puede observar en el gráfico 2 en el año 2001 – 2002 se muestra una disminución considerable en el rendimiento de sal 25 a 30 toneladas aproximadamente con relación al 2014 que registra un rendimiento de 80 toneladas, al comparar la información con el gráfico 1 se puede evidenciar que los años con mayor precipitación el rendimiento de la sal ha disminuido, demostrando que a menor precipitación el rendimiento en la producción aumenta, encontrando una relación inversamente proporcional, entre lluvia y sequía.

Correlación y regresión del rendimiento y precipitaciones, período 2001-2014.

En el análisis descriptivo en la tabla 1 se visualiza un aumento de producción en años de baja precipitación dando una tendencia en aumento a los siguientes años, demostrando que las lluvias altas ocurridas en un año afectan los rendimientos de dos a tres años de producción, lo que se corrobora con el análisis de correlación.

Año	Rendimiento (TM x miles)	Precipitaciones (mm)
2001	1,65	47,97
2002	7,58	60,90
2003	45,73	11,00
2004	64,36	2,85
2005	67,40	1,80
2006	69,43	6,50
2007	62,72	4,20
2008	52,60	30,90
2009	56,63	18,49
2010	59,53	10,50
2011	72,06	1,70
2012	76,69	17,70
2013	73,17	18,10
2014	81,47	3,20

Tabla 1. Correlación de datos de rendimientos de producción y precipitación.

Fuente: ECUASAL C.A.

Elaborado por: Elaboración propia

El Coeficiente de Correlación de Pearson arrojó como resultado -0,865 para las dos variables (tabla 2), siendo significativo. Este valor negativo indica que existe una relación inversamente proporcional entre las dos variables (la independiente y la dependiente), o sea, a medida que disminuyen las precipitaciones aumenta el rendimiento de la producción de sal y viceversa. Dicho coeficiente de correlación muestra que la relación es muy alta.

→ **Correlations**

	Mean	Std. Deviation	N
RENDIMIE	56,5014	23,98668	14
PRECIPIT	168,4357	181,68593	14

		RENDIMIE	PRECIPIT
RENDIMIE	Pearson Correlation	1	-.865**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	14	14
PRECIPIT	Pearson Correlation	-.865**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	14	14

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabla 2. Análisis del coeficiente de correlación de Person.

Elaborado por: Elaboración propia

→ **Regression**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PRECIPIT ^a		Enter

a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: RENDIMIE

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,865 ^a	,747	,726	12,54835

a. Predictors: (Constant), PRECIPIT

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5590,158	1	5590,158	35,502	,000 ^a
	Residual	1889,534	12	157,461		
	Total	7479,692	13			

a. Predictors: (Constant), PRECIPIT
b. Dependent Variable: RENDIMIE

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	75,726	4,654		16,272	,000
	PRECIPIT	-.114	,019	-.865	-5,958	,000

a. Dependent Variable: RENDIMIE

Tabla 3. Análisis de regresión de las variables.

Elaborado por: Elaboración propia

En el resultado del análisis de regresión (tabla 3) se puede observar, el valor del coeficiente de determinación R^2 es igual a 0,747 lo cual indica que una variación en el nivel de precipitaciones, provocará variaciones hasta en un 74% en el rendimiento de la producción de sal, o sea, el impacto que el nivel de precipitaciones causa sobre el rendimiento, es de un 74% (impacto relativamente alto).

Los resultados obtenidos coinciden con un estudio de capacidad de carga en el plan de conservación de las piscinas artificiales de ECUASAL C.A., se menciona que “las lluvias no solo retrasan la producción, sino que también pueden causar daño a los canales de desagüe entre las tinas y los diques que dividen las piscinas una lluvia de 10 a 12 cm afecta a un 40% de la salmuera, esto es debido a la profundidad de los pozos, estos tienen 30 cm de altura”. (Agreda, 2012)

Análisis del plan de producción, período 2001-2014. ECUASAL C.A.

En la tabla 4 que refleja la proyección de rendimiento y la cosecha de sal anual, valores que permitieron determinar el porcentaje de eficiencia de producción en la empresa durante el periodo 2001-2014. Se evidencia que en los años 2001 y 2002 se presentan pérdidas de 37 y 45 % respectivamente siendo los años más críticos de la empresa, y coincide con los años de mayores reportes de lluvias, mientras que en los años de bajas precipitaciones reportadas la producción se logró hasta un 12% por encima de lo estimado como ocurrió en el año 2005, volviéndose a repetir una marcada situación desfavorable en la empresa en los años 2008 al 2010, años de elevadas precipitaciones con respecto a los años 2005 y 2006.

Refiriendo que en el año 2002 el rendimiento esperado de producción fue 50 000 TM, con un valor actual por saco de sal en grano de 1 TM de 7,00 dólares, el ingreso anual de la empresa se proyectó de 350.000,00 dólares anual, sin embargo por el efecto de las precipitaciones causadas en el año se obtuvo una producción de 27 580 TM lo que representó un ingreso de 193.060,00 dólares.

AÑO	PROYECCION (TM)	COSECHA (TM)	Porcentaje cosechado sobre lo proyectado
2001	50 000	31 650	63
2002	50 000	27 580	55
2003	50 000	45 730	91
2004	60 000	64 360	107
2005	60 000	67 400	112
2006	65 000	69 430	107
2007	65 000	62 720	96
2008	65 000	52 600	81
2009	65 000	56 630	87
2010	70 000	59 530	85
2011	70 000	72 060	103
2012	70 000	76 690	110
2013	75 000	73 170	98
2014	75 000	81 470	109

Tabla 4. Porcentaje de cumplimiento del plan de producción anual, período 2011-2014. ECUASAL C.A.

Elaborado por: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Del análisis realizado, se determinó que:

- 1- En el período 2001-2014, los eventos de lluvias ocurridos en los años 2001 y 2002 fueron significativos y repercutieron en los rendimientos de sal, siendo esta variable significativa y teniendo un comportamiento inversamente proporcional, demostrado en el análisis de correlación.
- 2- Las precipitaciones ocurridas en el año 2001 y 2002 ocasionaron porcentaje de incumplimiento en la producción de 63 y 55 % respectivamente, lo que significa que el plan de ingreso también se afectó en igual porcentaje, debido a que los únicos ingresos de la empresa es a través de la producción de sal.
- 3- El análisis de eficiencia de la empresa unido al estudio demostrado de la influencia de las lluvias en la producción conllevó a realizar un plan de contingencia como medida para prevenir y mitigar las afectaciones que causan los eventos de lluvias.

BIBLIOGRAFIA

- AENOR. (2014, Enero 23). *revistalideres.ec*. Retrieved Septiembre 28, 2015, from [revistalideres.ec: http://www.revistalideres.ec/lideres/salinerito-ejemplo-economia-solidaria.html](http://www.revistalideres.ec/lideres/salinerito-ejemplo-economia-solidaria.html)
- Agreda, A. (2012). Plan de Conservación de las Piscinas Artificiales de ECUASAL C.A. y Estudio de Capacidad de carga Turística, Ana E. Agreda 2012. *Estudio*, 3.
- Ballesteros, G. (2013: 59). LA EXPLOTACIÓN INDUSTRIAL DE LAS SALINAS. *Revista Redalyc*, 59.
- ECUASAL. (2012, Enero 24). *ecuasal.com.ec/quienesSomos*. Retrieved septiembre 28, 2015, from [ecuasal.com.ec/quienesSomos.: http://www.ecuasal.com.ec/quienesSomos.html](http://www.ecuasal.com.ec/quienesSomos.html)
- INEC. (2010, Noviembre 25). *Población y Demografía*. Retrieved Septiembre 19, 2015, from [ecuadorencifras.gob.ec/resultados/:](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/) <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>
- INOCAR. (2015, Septiembre 24). *inocar.mil.ec/web/index.php/precipitacion-por-estacion*. Retrieved Septiembre 24, 2015, from [.inocar.mil.ec/web/index.php/precipitacion-por-estacion:](http://www.inocar.mil.ec/web/index.php/precipitacion-por-estacion) <http://www.inocar.mil.ec/web/index.php/precipitacion-por-estacion>
- Machuca, L. (2010; 266, Junio 4). *scielo.cl/scielo*. Retrieved Septiembre 27, 2015, from [scielo.cl/scielo.:](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-71942010000100014) http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-71942010000100014
- Macias, A. (2008). LA INDUSTRIA DE LA SAL: UN NEGOCIO PRIVADO, 1500-1800. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274420614017>, 6.
- PDOT. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordinamiento Territorial*. Santa Elena : Fundación Santiago de Guayaquil .

- Programa de Acción Nacional de Lucha Contra la Desertificación y Mitigación de la Sequía.* (2004: 38, Agosto 10). Retrieved Septiembre 22, 2015, from UNCCD.int: <http://www.unccd.int/ActionProgrammes/ecuador-spa2004.pdf>
- Salazar, E. (2011). Historia de la Sal en el Ecuador Precolombino. In *Historia de la Sal en el Ecuador Precolombino* (p. 8). Quito: Abbyayala.
- Saucedo, R. (2013). *La sainera*. Monografía.
- Senderos. (2015, Noviembre 23). *Senderos de la sal*. Retrieved septiembre 25, 2015, from <http://www.senderosdealicante.com/delasal/obtencion01.html>: <http://www.senderosdealicante.com/delasal/obtencion01.html>
- FAO. (2000). Manual on integrated soil management and conservation practices. In: *FAO Land and Water Bulletin No. 8*. FAO, Roma. ISBN 92-5-104417-1. 214 pp.
- FAO. (1983) Algunos métodos simples para la evaluación de recursos pesqueros tropicales. FAO.Doc.Tec.Pesca, (234):49 p.

007. SANEAMIENTO ADECUADO PARA ZONAS SISMICAS: UN APORTE DE LA PERMACULTURA.

Autor:

Bruno Bellettini Cedeño, MSc.

Master en Manejo de Recursos Hídricos. UNESCO-IHE, Holanda.

Docente a Tiempo Completo de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Manabí.

bbellettini@pucem.edu.ec

RESUMEN

El saneamiento en Manabí es considerada una necesidad básica insatisfecha (NBI), que pese a los esfuerzos de los distintos niveles de gobierno por cubrirla, no parece haber dado avances significativos. La tecnología convencional para dar cobertura a la población sin acceso a este derecho humano no responde a la realidad del segmento de la población que vive en sectores urbano-marginales y rurales. Esto se agrava si incluimos en el análisis la vulnerabilidad de esa misma tecnología a desastres naturales del tipo sísmico, propios de la zona.

La permacultura entiende la solución al saneamiento desde el contexto en que la necesidad se genera. Además de eso, enuncia que las soluciones *en redes* implican costosísimas obras civiles; estas no son viables ni técnica, ni económicamente, sin contar los perjuicios ambientales que esta ocasiona.

Por eso, el baño seco se posiciona como una alternativa simple, barata, amigable con el ambiente pero que requiere deconstruir paradigmas mentales. Para esto se analizará el efecto que ha tenido una experiencia de baños secos en Junín y su transición del baño de descarga hidráulica a uno de cero consumo de este recurso. Se indica también las ventajas de este tipo de alternativas para ampliar la cobertura de este servicio en la provincia.

Palabras clave: Permacultura, saneamiento, desastres, vulnerabilidad.

ABSTRACT

Sanitation in Manabí is considered an unmet basic need, which despite the efforts of the various levels of Government to cover it, does not seem to have given significant advances. Conventional technology to give coverage to the population without access to this human right does not respond to the reality of the segment of the population who live in rural and marginal urban sectors. This picture doesn't get any better if we include in the analysis the vulnerability of that same technology to the seismic disasters, typical of the area.

The Permaculture understands the solution to sanitation problems from the context in which the need is generated. Moreover, it states that the sewerage networks involve costly civil works; this

is not feasible neither technically nor economically, without even mentioning the environmental damages it causes.

For this reason, dry toilets is positioned as a simple, cheap, friendly alternative to the environment but requires deconstruct mental paradigms. This research will analyze the effect that has had an experience of dry toilets in Junín and its transition from hydraulic toilets to one of zero water consumption. It will also present the advantages of this type of alternatives to extend the coverage of this service in the province.

Key words: Permaculture, sanitation, disaster, vulnerability.

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador, todavía no nos planteamos formas alternativas de tratar nuestras excretas a pesar del importante déficit de acceso a saneamiento que todavía existe. Según datos del INEC previos al terremoto del año 2016 la cobertura de este servicio en Manabí alcanzaba apenas el 33% y se estima que por el evento telúrico esta cifra ha disminuido considerablemente, empeorando la ya crítica situación hidro-sanitaria.

La permacultura es una manera de planificar, diseñar y construir asentamientos humanos respetando patrones y ciclos naturales. El éxito de los sistemas de permacultura se apoya en establecer, a través del diseño, la máxima relación entre todos los elementos o componentes del asentamiento humano (sistema) para satisfacer nuestras necesidades y las de otras formas de vida, al tiempo que protege y recupera los recursos que necesitarán las próximas generaciones, para también satisfacer sus propias necesidades.

La vivienda es el centro de muchos cambios en el concepto de permacultura. Dentro de la misma se podrían producir un porcentaje importante de los alimentos que consume una familia tipo en el mundo. Así mismo, con sencillos sistemas de separación de aguas podríamos reutilizar este recurso sin necesidad de eliminarla por redes de tuberías.

Desde esta visión se presenta una solución innovadora *-quasi* revolucionaria- para el problema del consumo de agua al momento de eliminar nuestros desechos humanos -líquidos y sólidos-, este es: el saneamiento ecológico. Está basado en los principios de cero emisión y reciclaje de todos sus productos, convirtiendo cada uno de los desechos en un material de utilidad para la agricultura, de forma higiénicamente segura y con un notable ahorro de agua, o incluso sin emplear esta (Sánchez; Cruz; Cabrera, 2006).

El concepto de saneamiento ecológico (EcoSan) puede interpretarse como una propuesta integral para el manejo, disposición y reúso de los desechos humanos (líquidos y sólidos) en la agricultura; previniendo la contaminación en vez de remediarla después de producida.

Con el saneamiento ecológico se ha dado solución en distintos países a la insuficiente cobertura de saneamiento. Este vacío se debe principalmente a los altos costos que implican las redes de alcantarillado, cuyos valores se incrementan aún más en lugares donde las viviendas están más dispersas (zona rural), además del inaceptable uso de enormes volúmenes de agua potable para

evacuar las excretas. Se estima que se requieren 15,000 litros de agua por persona/año, para descargar 500 litros de orina y 35-50 kilogramos de heces (Carrera, 2016).

Desde esta perspectiva, los desechos de nuestro cuerpo en vez de eliminarse se integran a un proceso de hábitat distinto al que conocemos. Este incluye procesos agro-productivos (huertos caseros) la construcción de viviendas y otras estructuras, la generación y ahorro de energía, el manejo del agua y los residuos, el intercambio de conocimientos y recursos, entre otros muchos aspectos.

Es insuficiente la información disponible sobre la resiliencia de los baños ecológicos a desastres naturales de tipo sísmico. Aun así, los pocos proyectos pilotos que existen –la mayoría a pequeña escala- reportan mínimos daños en sismos mayores a 7° en la escala de Richter. En caso de existir daños son fácilmente detectables y reparables; también, cualquier impacto negativo fruto de un movimiento sísmico no tiende a escalar como el caso del saneamiento en redes.

DESARROLLO

Historia de la Permacultura

Definida así por su autor fruto de la unión de dos palabras: cultura permanente. Bill Mollison, nacido en Australia, profesor de la innovadora Escuela de Diseño Ambiental en Hobart y su pupilo David Holmgren posicionaron la idea de que si queremos sobrevivir como especie, es imprescindible transitar de una cultura de consumismo hacia la cultura de la autosuficiencia local y producción sustentable.

Al principio, desarrollaron una serie de ideas para la creación de sistemas agrícolas, con los cuales querían asegurar el abastecimiento con alimentos a largo plazo de una mejor manera que con los predominantes métodos industriales de la agricultura convencional. Desde ese momento ya se evidenciaba impactos negativos en la salud humana y ambiental por consumir alimentos con residuos de pesticidas químicos.

Ellos habían observado, que la agricultura industrial, por su preferencia de los monocultivos, la implementación de pesticidas y fertilizantes sintéticos, estaba contaminando suelos y agua, reduciendo la biodiversidad, y causando año tras año la erosión de millones de toneladas de suelos fértiles. Hoy estas observaciones se ven confirmadas y cada vez más criticadas en todo el mundo (Hieronimi, 2008).

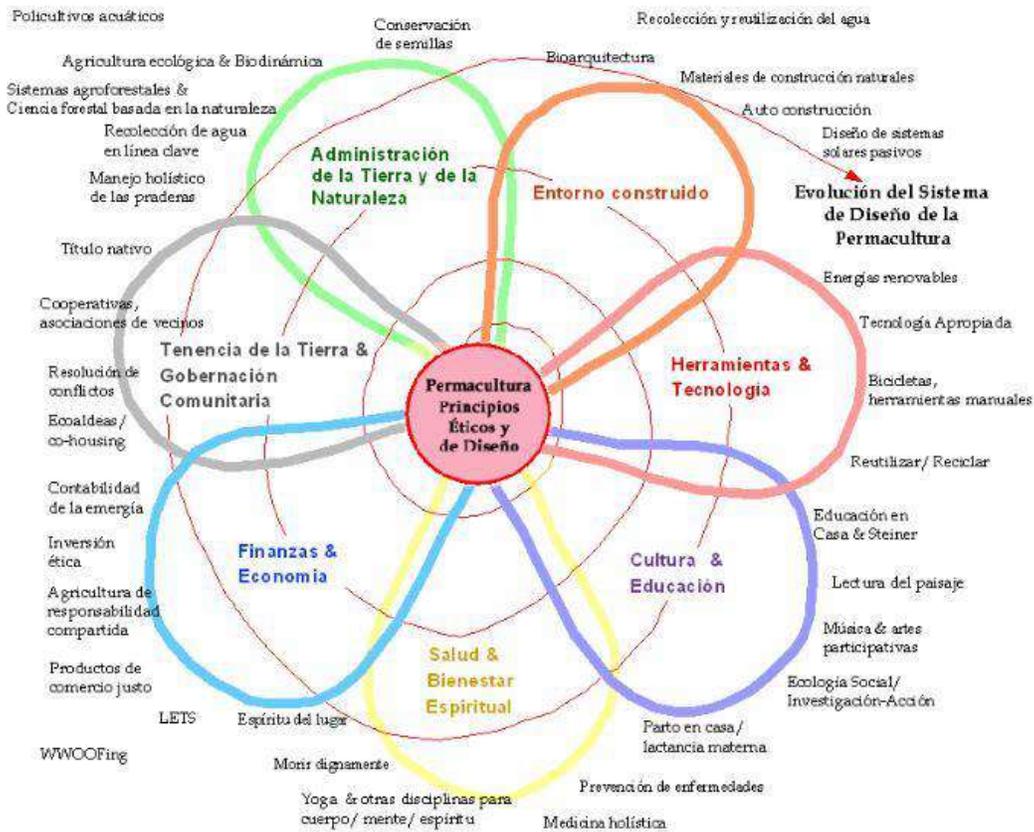
Producto de estas investigaciones Bill Mollison y David Holmgren crearon un método pragmático de diseñar sistemas agrícolas y asentamientos humanos perennes y auto-perpetuantes. En este concepto, se combinan de forma armónica y respetuosa la vida de plantas, seres humanos y animales satisfaciendo las necesidades de todos (Mollison; Holmgren, 1990).

La permacultura también puede verse como una manera de planificar asentamientos humanos, que considera un sistema práctico y ecológico de agricultura encaminado a crear una nueva manera de sostener la vida sin degradación ambiental y social. Esto nos permite la generación y

ahorro de energía, el manejo del agua y los residuos, el intercambio de conocimientos y recursos, entre otros muchos aspectos.

La permacultura proporciona herramientas para aprovechar mejor lo que nos rodea, hace hincapié en las interrelaciones benéficas entre las personas y entre éstas y el mundo natural. Además de eso la permacultura plantea un cambio de paradigma en los aspectos más cotidianos de nuestra vida. Algunos de estos comportamientos generan impactos significativos en el ambiente que bien podrían ser revertidos con cambios de hábitos (Sánchez; Cruz; Cabrera, 2006).

Gráfico 1. Esquema de la flor de la permacultura



Fuente: Hieronimi (2006)

Bill Mollison, uno de los padres de la permacultura, reconoce que aunque imprescindible, la concepción tan global de la permacultura puede reducir su utilidad práctica. Por ello, propone a través de “la flor de la permacultura” resaltar aquellos ámbitos clave (siete) de la sociedad que requieren una transformación sustancial para alcanzar una cultura de la sustentabilidad (Holmgren, 2014).

Según la Guía de Permacultura desarrollada por la Fundación Antonio Núñez Jiménez, el centro de la flor son los principios éticos y de diseño; de allí parte un espiral que simboliza la trayectoria evolutiva que sugiere la estrecha relación de todos esos ámbitos clave, inicialmente a nivel personal y local, y luego trascendiendo al colectivo global. En la periferia de la flor, se ubican aquellas soluciones de diseño, temas específicos y experiencias que de alguna manera han sido asociadas a la visión holística de la permacultura.

Por qué enfocarse en el saneamiento?

De acuerdo a Gitahi (2015): “por cada dólar que se invierte en servicios de agua y saneamiento genera un retorno de 4.3 dólares en la forma de reducción en costos de salud”, retorno que puede incrementar en países en vías de desarrollo. Además, en el reporte anual de la Organización Mundial de la Salud del año 2015 se menciona que al menos 842,000 personas de países de ingresos bajos y medianos mueren al año como consecuencia de la insalubridad de un saneamiento y una higiene deficientes.

Entonces, si los beneficios de invertir en el derecho humano a un saneamiento adecuado son tan evidentes y los perjuicios de omitirlo matan *de lejos* más seres humanos al año que todos los ataques terroristas juntos, no hay razón para desistir en la idea de baños de bajo costo.

Es muy útil recordar, que la idea de utilizar el agua para evacuar nuestras excretas viene desde la época del imperio romano, donde por la crisis de salud generada por la defecación al aire libre se identificó como solución utilizar a los cuerpos de agua como cloaca. Esto nos indica que nuestra sociedad tiene 2,000 años de inconciencia contaminando agua limpia que muchos seres humanos necesitan, para depositar los desechos de nuestros intestinos.

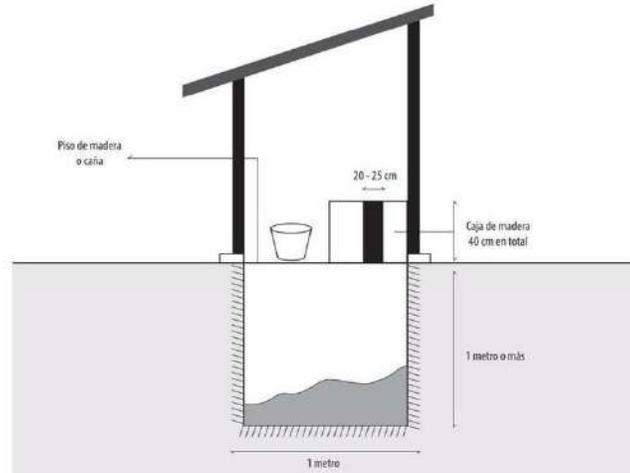
Saneamiento ecológico: baño seco

El baño seco es una de las alternativas al inodoro de descarga hidráulica convencional. Es una evolución del saneamiento pues además de lograr un tratamiento sanitario seguro de las excretas, tienen importantes beneficios, entre los cuales contamos:

- Conserva agua potable;
- Sirve como sustrato agrícola, rico en nutrientes;
- Disminuye los costos de construcción y mantenimiento de redes de alcantarillado;
- Evita la contaminación de acuíferos y otros cuerpos de agua;
- Son menos vulnerables a fenómenos naturales extremos como terremotos, huracanes, sequías, entre otros.

Según el experto en permacultura Antonio Moretti (2016), el baño seco es una de las opciones más resilientes en zonas con alto riesgo sísmico. En su experiencia en Chile, las redes de alcantarillado hidro-sanitario fueron las más afectadas por el terremoto del 2010. Esto originó el colapso del sistema y la contaminación de cuerpos de agua y espacios públicos que ocasionaron enfermedades de origen hídrico.

Gráfico 2. Esquema de un baño seco.



Fuente: Sánchez (2016)

Comentó además, que en eventos de esa magnitud, los servicios de salud tienden a saturarse más por enfermedades tipo diarreicas producto de daños en las redes de arrastre de nuestras heces que por heridos directos del sismo.

Tabla 1. Tratamiento y uso de desechos reciclables

Desechos	Tratamientos	Usos
Orina	Almacenaje, secado	Fertilizante líquido o seco
Heces fecales	Digestión anaerobia, secado compostaje	Biogás, mejora el suelo
Aguas grises	Humedales artificiales, tratamientos biológicos, lagunas artificiales, teconología de membrana, jardines.	Irrigación, recarga de la capa freática o reutilización
Aguas de lluvia	Filtración, tratamiento biológico	Suministro de agua, recarga de la capa freática
Basura orgánica	Digestión anaeróbica, compostaje, secado	Biogás, mejora el suelo

Fuente: Sánchez (2016)

Según Torske (2016) las distintas técnicas de saneamiento ecológico, funcionan bajo la premisa de separar los residuos desde su origen utilizando tratamientos menos costosos, más sencillos, con una mejor recuperación de los nutrientes existentes en ellos e higiénicamente seguros. Para

ello deben tenerse en cuenta las características de cada residual, sus compuestos y las formas seguras de saneamiento posible (ver tabla 1).

Baño seco vs. baño hidráulico

El baño seco, a diferencia del saneamiento convencional, integra elementos como el agua, saneamiento y seguridad alimentaria al hábitat de la vivienda. En este sentido, marca un antes y un después con el baño de descarga hidráulica. Este tipo de tecnología anula la necesidad de utilizar agua potable –que tanto cuesta tratar- para convertirlas en *aguas negras* generando un nuevo costo de tratamiento antes de ser depositadas en algún cuerpo hídrico.

En la tabla, a continuación, se hace una comparación sobre 3 tipos de saneamiento: el inodoro conectado a la red, la letrina tradicional y el sanitario ecológico seco. Mediante preguntas puntuales se establece una diferencia entre las características de cada una de las tecnologías. Así se expresa en la tabulación siguiente:

Tabla 2. Comparación tecnologías de saneamiento

CARACTERÍSTICAS	INDORO (ALCANTARILLADO)	LETRINA TRADICIONAL	SANITARIO ECOLÓGICO SECO
¿Mal olor?	No	Sí	No, si la taza separadora se la utiliza de forma adecuada, "acomodándose".
¿Moscas y gusanos?	No	Sí	No, si se separa la excreta de la orina y se cubre la excreta con tierra o ceniza, o ambas a partes iguales.
¿Control y seguridad?	Sí	No	Sí, si se instala dentro de la casa
¿Fácil y seguro de limpiar y mantener?	Sí	No	Sí, con un mínimo de agua, jabón y cloro.
¿Lavabo para manos?	Sí	No	Sí
¿Manejo higiénico de orina y heces?	Sí	Sí	Sí
¿Accesibilidad a la mayoría de los habitantes?	No	Sí	Sí, hay diferentes opciones para el poder adquisitivo bajo
¿Requiere un espacio en el interior de la casa?	Sí	No	Sí, de preferencia
¿Degradación del ambiente?	Sí, la red desagua a ríos y mares. Contamina mantos acuíferos. Destrucción de la vida acuática.	Sí, puede filtrarse a los mantos acuíferos.	No, las excretas quedan confinadas por un lapso de entre 6 y 8 meses. De aquí se obtiene un producto inocuo. La orina se utiliza como fertilizante foliar.

¿Ahorro de recursos?	No, consume el 30% del agua de la vivienda.	Sí, no requiere agua.	Sí, no requiere agua.
¿Permite el reuso de nutrientes?	No, se pierden en laguna de oxidación	No, es pozo perdido.	Sí, excretas y orina regresan a la tierra como abono.
¿Sistema adaptable?	No	No	Sí
Contaminación en general	Olores	Olores, contaminación al medio ambiente cercano	No presencia de olores, contaminación nula

Fuente: Castrillón (2012)

Como se muestra en la tabla se hizo un análisis de los principales criterios que podría preocupar a un usuario de los tres tipos de sanitarios comparados. Las dos primeras opciones son las más conocidas pues el inodoro con conexión a la red de alcantarillado y la letrina tradicional han sido las tecnologías más implementadas para cubrir las necesidades de saneamiento.

Siendo así, hay creencias equivocadas sobre la idea de un saneamiento adecuado. Una de esas ideas es que el sanitario seco genera malos olores. Como se indica en la tabla la ausencia del agua en un sanitario no implica que se genere malos olores, sobre todo si se lo manipula adecuadamente.

La ausencia de malos olores es un indicador de buen funcionamiento de cualquier sanitario. En el caso del sanitario seco, si este factor está bajo control significará también ausencia de moscos y gusanos, buen control y seguridad del espacio, adecuado manejo higiénico de orina y heces, se genera un proceso de degradación ambiental invertido y una contaminación en general casi nula.

Otro aspecto importante que analiza la tabla, es la accesibilidad y adaptabilidad de las tecnologías comparadas. Normalmente las opciones convencionales no son accesibles para los estratos menos favorecidos de la sociedad pues requieren estar asentados en lugares donde existan redes de alcantarillados y/o predios legalizados para poder ser objeto de intervención.

Con este criterio, millones de personas se quedan por fuera de la cobertura del saneamiento con descarga hidráulica. El saneamiento seco es, sin lugar a dudas, la forma más accesible y adaptable de saneamiento para aquellos excluidos del bienestar. Por sus características, el saneamiento seco permite la transformación y reutilización de nutrientes en forma de abono y fertilizante foliar.

A diferencia del inodoro, el baño seco tiene como característica intrínseca su casi invulnerabilidad a eventos de tipo sísmico como terremotos y temblores. Esto lo hace ideal para zonas como las afectadas por el terremoto pues las redes de alcantarillado pueden incluso colapsar por efecto de

sismos por encima de los 7^o en la escala de Richter. El baño seco, no solo que su estructura le permite resistir este tipo de eventos sino que además es muy útil en zonas afectadas y albergues pues no depende del servicio de agua potable para seguir brindando el servicio.

Conclusiones

El estilo de vida actual no es sostenible pues demanda demasiados recursos para satisfacer las necesidades de una sociedad cada vez más consumista. La permacultura nos invita a replantearnos, de manera reflexiva, pequeños cambios en los aspectos más básicos de nuestra cotidianidad.

Nos sucede, como sociedad, que el más común de esos actos cotidianos es al mismo tiempo el más inconsciente. Este es el de depositar nuestros desechos corporales (heces y orina) en el agua de nuestras tasas higiénicas. De esta misma agua limpia carecen 1 de 4 ecuatorianos, que una vez evacuada va a contaminar cuerpos hídricos que otras personas utilizan.

Los baños de descarga hidráulica son uno de los peores actos consumistas de nuestra vida diaria, pues al mal utilizarla no solo estamos coartando el derecho que otros tienen de recibir un servicio sino también de recibir el alimento más esencial de nuestra dieta: el agua. Esto sin contar los costos que implica el tratamiento previo y posterior a su uso, la energía que se utiliza en bombear el líquido, infraestructura, entre otros.

Por los datos presentados en este artículo, se puede concluir que el baño seco representa una opción útil y sostenible en sus tres dimensiones (económica, ambiental y política) para ampliar la cobertura de saneamiento. Además, reúne las condiciones para ser implementado en zonas sísmicamente activas pues al no depender de una red o requerir agua para evacuación de excretas hacia un pozo confinado los riesgos de contaminación son prácticamente nulos.

Desafortunadamente, es poca la investigación que se ha generado a partir de proyectos implementados con baños secos en el Ecuador. La profundización de este tema a través de entes académicos, sector público, ONG's, ONGI's y sociedad civil en general generaría una plataforma que permitiría visibilizar ejemplos y avances de proyectos en marcha en sectores rurales y urbanos con propósitos habitacionales, turísticos y de otros tipos.

Bibliografía

- Carrera, J. 2016. Comunicación personal vía skype: saneamiento en los campos de damnificados de Muisne, Esmeraldas.
- Castrillón, A. 2012. Closing de loop on sanitation. Instituto de Estudios Ambientales. Estocolmo, Suecia. Sitio web: http://www.ecosanres.org/pilot_projects-old.htm
- Cruz, M; Sánchez, R; Cabrera, C. 2006. Permacultura Criolla. Editorial Linotipia Bolívar. La Habana, Cuba.
- FANJ. 2013. Guía de Permacultura: Agua y Saneamiento y su aplicación a nivel familiar. Programa Gobernabilidad del sector Agua y Saneamiento en el Ecuador. Graphus Ed. Quito, Ecuador.

- Gitahi, G. 2015. Invest more in Sanitation to Save Mothers and Children. AMREF Health Africa. Sitio web: <http://amref.org/news/news/invest-more-in-sanitation-to-save-mothers-and-children-amref-health-africa-urges-on-world-toilet-day/>
- Hieronimi, H. 2006. Curso-taller “Manejo sustentable del agua: captación, almacenamiento y uso eficiente”. Grana Tierramor. Michoacán, México. Sitio web: www.tierramor.org
- Holmgren, D. 2014. La esencia de la permacultura. Sitio web: www.holmgren.com.au
- Mollison, B; Holmgren, D. 1990. Permacultura One. A Perennial Agriculture for Human Settlements. Sexta edición. Tagari Publications.
- Moretti, A. 2016. Comunicación personal via skype: saneamiento en los campos de damnificados del Bio-Bio, Chile.
- OMS. 2015. Saneamiento: Datos y cifras. Sitio web: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs392/es/>
- Torske, M. 2016. Comunicación personal via skype: saneamiento descentralizado en viviendas peri-urbanas. Quito, Ecuador.

008. LA ECONOMIA ECOLÓGICA

Autor:

Eliott Eduardo Jaime Carriel

ej Jaime@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador

Docente, Coordinador de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Máster en Dirección de Empresas.

Guayaquil-Ecuador

Resumen

La economía ecológica se la concibe como un proceso en el que se integran las teorías económicas dentro de un sistema mayor, que involucra el ecosistema Tierra. Esto significa que no solo se debe analizar la perspectiva económica como tal sino también incluir el análisis del impacto en los ecosistemas, y que estos no sean tomados simplemente como proveedores de recursos para la actividad económica en sí. Por años y hasta la actualidad los recursos que brinda la naturaleza han contribuido al desarrollo de comunidades, sociedades, industrias, y la humanidad en conjunto con los gobiernos han sido participes de las altas y bajas de los ciclos económicos, creando beneficios y pérdidas en sus respectivos ciclos,

La economía ecológica es una temática que ha sido estudiada desde la década de los setenta y ochenta del siglo pasado, buscando responder preguntas a un problema tan real como lo es la crisis ambiental, que ya desde finales del siglo XX se consideró como grave consecuencia del resultado de las actividades humanas. En pleno siglo XXI la economía ecológica viene alertando al mundo que se deben tomar decisiones globales, mundiales en función de la sustentabilidad del planeta y del uso de los recursos.

Palabras Claves

Economía, Investigación, Medio Ambiente, Ecología, Entorno Ambiental, Recursos Limitados.

Introducción

Durante décadas el ser humano se ha preocupado por el desarrollo económico y financiero, de la prosperidad y el crecimiento de las industrias utilizando todo recurso natural o artificial del que se pudiera beneficiar. Sin embargo durante este desarrollo y crecimiento ha existido un aspecto al cual no se le ha brindado la importancia que merece. Este aspecto no es otro que el carácter ecológico y todos sus efectos, que en pleno siglo XXI se pueden observar y sentir. El entorno ecológico se vuelve cada

vez más importante y hasta vital en el desarrollo económico y social así como también para la preservación del planeta.

El planeta tierra como tal ha brindado a la humanidad innumerables recursos naturales, recursos renovables y no renovables, los mismos que a través de las investigaciones científicas se han transformado en productos y servicios en favor de los habitantes del planeta tierra. Se debe recordar que la sociedad previa a la revolución industrial, era una sociedad dedicada al mundo agrario y artesanal con una ideología de autoconsumo por subsistencia y no tan comercial como lo es en el presente.

Llamamos Revolución Industrial al cambio fundamental que se produce en una sociedad cuando su economía deja de basarse en la agricultura y la artesanía para depender de la industria. Localización: La Revolución Industrial nace en Gran Bretaña y se extiende luego al resto de Europa. Antecedentes: La economía existente antes de la revolución industrial estaba basada en el mundo agrario y artesanal; tres cuartas partes de la población subsistían con trabajos agropecuarios. Principalmente estaba basada en el autoconsumo y no en la comercialización de los productos obtenidos, puesto que además la productividad era muy baja. Las ciudades eran pocas, pequeñas y poco desarrolladas. Hay que recordar que el régimen de gobierno de estas sociedades eran las monarquías absolutistas, en las que todo, incluyendo las personas, se consideraban una propiedad del rey (Portal Educativo para la Educación Financiera en Educación Secundaria Obligatoria, 2010).

El cambio que impulsó la revolución industrial provocó la utilización de recursos de una manera desmesurada, implicando efectos en el hábitat de la humanidad que en sus inicios no se consideraron de gravedad, ya que sus efectos solo se han visto reflejados con el pasar de los años, cuando se llega a comprender que existe un concepto de Ecosistema del cual somos parte y que debemos proteger.

La definición de ecosistema es más amplia que la de comunidad, pues el ecosistema debe incluir a la comunidad y a lo que no tiene vida, como las características **del clima, la temperatura, las sustancias químicas presentes y las condiciones del suelo**. En el estudio del ecosistema se deben incluir no solo las relaciones que tienen entre si los seres vivos que componen la comunidad, sino también las relaciones que estos seres vivos tienen con los factores no vivos

Entonces tenemos que:

Ecosistema = Biocenosis + Biotipo

- La **biocenosis o comunidad** es el conjunto de poblaciones que viven en un área determinada. Los individuos de la comunidad que pertenecen a una misma especie constituyen una población.

- El **biotipo** es el lugar o medio físico ocupado por una comunidad, que se caracteriza por unas condiciones ambientales bien definidas. (Portal Educativo, 2011)

Las teorías económicas pretenden en su esencia identificar la realidad de la escasez de los recursos y encontrar la manera de organizar a las comunidades o sociedades para que estos recursos sean usados eficientemente. Mientras la economía ecológica se fundamenta entre sus principales características el ser de carácter transdisciplinario, implicando la necesidad de estudiar la relación entre los ecosistemas naturales y el sistema económico, involucrando a economistas, a estudiosos de las ciencias naturales y otras disciplinas.

Desarrollo

Con la creación de la sociedad se establecieron mecanismos que definieron los comportamientos y la forma en que se relacionan los seres humanos en diferentes aspectos tales como: el comercio, la propiedad, las finanzas, el manejo de los recursos naturales entre otros. A todos estos aspectos en su evolución se los denominó de una manera general como Economía, término del cual se puede entender como la utilización de recursos limitados para la creación de bienes y servicios entre los individuos, otra definición señala que: "Economía es el estudio de cómo las sociedades utilizan recursos escasos para producir bienes valiosos y distribuirlos entre diferentes personas". (Samuelson & Nordhaus, Economía, 2005)

Después de entender lo que significa la economía debemos integrar a esta investigación el concepto de ecología, la ciencia que estudia a los seres vivos y que estos se encuentran relacionados con el medio ambiente en el que habitan. Entre otros conceptos se define como: "Ecología ciencia que estudia las relaciones entre los seres vivos, entre ellos y su ambiente." (Fontana, 2014)

Desde el siglo XX hasta la actualidad se ha ido evidenciando los cambios que sufre el medio ambiente o el hábitat de los seres vivos, todo esto producto del desarrollo y crecimiento de las industrias, así como también del crecimiento y expansión de la población mundial, causando una mayor afectación en lo que se conoce como los recursos no renovables; estos recursos a manera general han contribuido al desarrollo de las industrias en sus diversas formas, porque han permitido crear productos o derivados que han ayudado al desarrollo de la sociedad, sin embargo, la preocupación nace del hecho de que, al ser recursos no renovables, se agotarán en algún momento.

La tecnología ha permitido el aprovechamiento de estos recursos, no solo en la evolución y en la gestión de nuevos conocimientos, sino que además en la evolución

en el campo de la ciencia, lo cual ha permitido identificar las afectaciones que ha causado el hombre al medio ambiente y que por consecuencia lo llevan a pensar en el desarrollo de alternativas que suplanten o disminuyan la utilización y la dependencia de estos recursos. Como ejemplo podemos citar el petróleo y el rol que ha desempeñado en la industria energética de distintas maneras, puntualizando en el uso los combustibles. Actualmente hay estudios que tienden a la energía limpia, para dar un ejemplo se debe mencionar la transformación que existe a nivel mundial y la tendencia de la transición de vehículos de combustión a vehículos híbridos, hasta llegar a vehículos que funcionan completamente con energía eléctrica.

La Población y los Recursos Limitados

Tenemos un recurso muy limitado por no decir único y ese es el planeta Tierra, el planeta no crece, no se expande, y lamentablemente no se regenera al menos no de la manera que se desea ni con la rapidez que se quisiera. Mientras que la población en el mundo crece de manera acelerada, y esta va ocupando los espacios disponibles del planeta, aumentando el consumo de recursos, así como también causando efectos contaminantes y demás problemas ambientales. Los problemas poblacionales se han estudiado desde la época del reverendo T. R. Malthus, “Malthus empezó con la observación de Benjamín Franklin de que en las colonias de Estados Unidos, en la que los recursos eran abundantes, la población tendía a duplicarse cada 25 años”. (Samuelson & Nordhaus, Economía, 2005)

Con esta observación Malthus llegó a concluir que si la población se duplica y se reduplica el recurso planeta tierra se vería reducido a la mitad y luego a la mitad de esta hasta llegar al momento que en que se haya reducido tanto que la producción de alimentos caería en un nivel inferior al necesario para sostener a toda la población. Con estas conclusiones se puede entender la importancia de los recursos que provee el planeta, y el valor que tiene la naturaleza per se dentro de la economía ecológica.

La Fisiocracia

Como antecedente de la económica ecológica podemos citar a la fisiocracia, por su etimología, *fiss* que significa naturaleza y *cratos* que significa poder, entendemos la fisiocracia como gobierno de la naturaleza. Este pensamiento económico originado en Francia y fundado por François Quesnay en 1758, se basaba en que la única actividad productiva era la agricultura. Los fisiócratas argumentaban que la riqueza en la producción es derivada de la tierra y que tan solo la actividad agrícola produce más de lo necesario para que no exista desempleo. También “Es cierto, que esta teoría en su época, tenía mucho sentido, ya que el principal sustento y producción venía del sector primario. Hoy en día sabemos, que son pocos los territorios que dependen de este sector, aunque al menos en nuestro país, sigue siendo una parte importante.” (Rombiola, 2016)



Figura 1. Fuente: (Rombiola, 2016)

Dentro de los pensamientos esta escuela económica estaba el dejar hacer de las cosas que proviene del concepto francés *laissez faire* (dejar hacer), es decir que los sistemas económicos debían regirse por sus propias leyes naturales, sin intervención de los gobiernos o alguna participación del estado. En otras palabras se puede observar que la fisiocracia tenía una postura totalmente opuesta al mercantilismo, por tanto se debe establecer su principal diferencia: “Así como el mercantilismo sostiene que la base de la riqueza es la **acumulación de metales preciosos** procedentes del comercio internacional, para la fisiocracia la riqueza es generada por la **agricultura**. Los teóricos fisiócratas afirman que el agricultor es el único individuo cuyo trabajo produce algo más que el salario que percibe.” (Perez Porto & Merino, 2014).

Economía neoclásica-Keynesiana Ambiental

Estas escuelas definían a la economía como la asignación de recursos escasos, mediante el mecanismo de la mano invisible de los mercados, la que constituye a la economía como un ciclo cerrado, como se muestra a continuación:



Figura 2. Fuente (Foladori, 2001)

Tal como muestra la figura las empresas producen los bienes y servicios que son comprados a su vez por las familias, que de igual manera ofrecen en el mercado de capital, tierra y trabajo, continuando el ciclo con la empresa y así sucesivamente.

“El sistema es cerrado, lo cual significa que no consideran entradas ni salidas del sistema. Cualquiera que preste atención podrá notar que no es posible un proceso económico sin la incorporación de materiales originados en la naturaleza y que estarían por fuera de ese diagrama, ni tampoco que no genere desechos.” (Foladori, 2001)

Mientras estas escuelas consideraron a la economía como un ciclo cerrado, la economía ecológica incluye dentro del ciclo otras variables, tales como, la energía solar y sus formas derivadas, como todos aquellos materiales que requieren de tiempo para disipar calor y emitir los desperdicios hacia el medio ambiente. Con la inclusión de estos elementos, la economía ecológica estipula las principales causas de la crisis ambiental a consecuencia de la actividad humana como lo es la depredación de la naturaleza, mediante la utilización de los recursos naturales de manera desmesurada y no recuperable, o de otra manera también, como lo es la degradación de la naturaleza, emitiendo contaminantes sin medidas que den oportunidad a los ecosistemas de reciclar.

En función de todas estas premisas la económica ecológica plantea un diseño diferente con un esquema abierto, tal como se muestra a continuación:

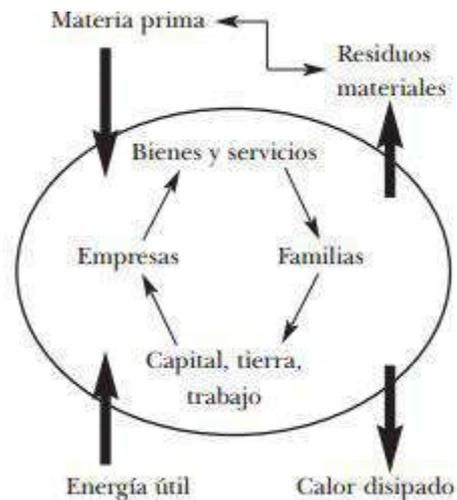


Figura 3. Fuente (Foladori, 2001)

Estos ciclos económicos evidencian la necesidad de recursos para la producción de bienes y servicios, se contempla que estos, puedan ser clasificados como recursos naturales renovables y no renovables.

Recursos naturales renovables frente a Recursos no renovables

Los recursos naturales son aquellos que intervienen en las actividades productivas o de consumo de los seres humanos pero que no han sido creados por ellos, ni hechos mediante procesos de fabricación o manufactura. Complementando los recursos naturales se encuentran los recursos naturales renovables y los no renovables. Los recursos naturales renovables son aquellos en los que no existe intervención humana pero que contribuyen de una u otra forma en el bienestar y desarrollo de algún producto o servicio necesario para la vida. “El recurso renovable es un tipo de recurso natural que puede renovarse a partir de procesos naturales y con una rapidez mucho más elevada a la medida que el ser humano los consume, es decir, se renuevan tan velozmente que no se agotan y entonces, los hombres pueden hacer uso de ellos siempre.” (definicionabc, 2007)

Los recursos renovables conllevan un cuidado especial, el uso o consumo debe ser sostenible sin que se vea comprometida la existencia de estos y no afectar el bienestar de futuras generaciones. Hay que tener presente que la palabra renovable tiene un significado e importancia, para que un recurso se renueve requiere de un lapso de tiempo para que se pueda regenerar por sí mismo según su proceso biológico.

Tan importante es el proceso de regeneración de un recurso natural renovable, que si se consumen mucho más rápido de la capacidad de la naturaleza para reproducirlos, se deben considerar como no renovables.

Los recursos no renovables son aquellos que tienen una oferta fija o aquellos que no se regeneran rápidamente, entre los ejemplos más importantes están los

combustibles fósiles (Carbón, petróleo, gas natural) existentes hace millones de años y que se han venido explotando a lo largo del tiempo para la creación o producción de bienes que generan una utilidad social y beneficio económico, otro ejemplo son los recursos minerales no combustibles tales como el cobre, la plata, el oro, la arena y las piedras.” Un recurso natural no renovable es un recurso natural que no puede ser reproducido, generados o utilizados en una escala que pueda sostener su tasa de consumo, una vez agotado no habrá más disponible para su uso futuro”. (Buján Pérez)

Está claro que existen diferencias notorias entre este tipo de recursos, por ende la administración de los mismos es diferente, ya que se debe prever la sostenibilidad de estos para el continuo desarrollo de la sociedad y del bienestar común. La economía ecológica involucra estos elementos, y es más que probable que en algún momento el crecimiento se verá frenado por razones físicas, antes que económicas. En cada actividad económica el ser humano utiliza materiales no renovables que conllevan una capacidad de ciclos físico-químicos que no pueden ser ignorados.

A continuación se muestra un resumen de las funciones de la sustentación de la vida que cumplen los ecosistemas:

**FUNCIONES DE SUSTENTACIÓN DE LA VIDA
QUE CUMPLEN LOS ECOSISTEMAS**

<i>Funciones regulatorias</i>	<i>Funciones productivas</i>	<i>Funciones de soporte</i>	<i>Funciones de información</i>
<p><i>Proporcionar sustento para actividades económicas y de bienestar humano mediante:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Protección contra influencias cósmicas perjudiciales. • Regulación climática. • Protección de cuencas y manantiales. • Protección del suelo y prevención de la erosión. • Almacenamiento y recicle de desperdicios industriales y humanos. • Almacenamiento y recicle de materia orgánica y nutrientes minerales. • Mantenimiento de la diversidad biológica y genética. • Control biológico. • Proporcionar un hábitat para especies migratorias, cuna y alimentación. 	<p><i>Proporcionar recursos básicos, tales como:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Oxígeno, alimentos, agua potable y nutrición. • Agua para industrias y residencias, etcétera. • Ropas y tejidos. • Materiales para edificaciones, construcción y manufacturas. • Energía y combustible. • Minerales. • Recursos medicinales. • Recursos bioquímicos. • Recursos genéticos. • Recursos ornamentales. 	<p><i>Proporcionar espacio y base adecuada entre otros para:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Habitación. • Agricultura, bosques, pesca, acuicultura. • Industria. • Proyectos de ingeniería tales como carreteras y represas. • Recreación. • Conservación de la naturaleza. 	<p><i>Proporcionar beneficios estéticos, culturales y científicos mediante:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Información estética. • Información espiritual y religiosa. • Inspiración cultural y artística. • Informaciones científicas y educacionales. • Informaciones potenciales.

Figura 4. Fuente (Barbier, Burgess, & Folke, 1994)

Conclusiones

Tal como lo presenta este documento, la economía ecológica se preocupa de la sostenibilidad del sistema económico, de que exista una relación adecuada entre la economía y la naturaleza. Esto no es un cuestionamiento al capitalismo sino más bien al crecimiento desmedido y a la utilización irresponsable de recursos finitos o renovables, la administración de estos debe ser más eficiente y eficaz cada día. Hay una realidad latente en el planeta y son las consecuencias ambientales causadas por la intervención del hombre en la explotación de los recursos naturales. A los cuales se les han estado midiendo por el precio o el valor que se le asignan a los bienes o servicios derivados de la utilización de los recursos, sin embargo esta medición no es exacta porque no se están considerando los efectos económicos sobre la naturaleza.

Por todo lo mencionado anteriormente es importante que exista mayor concientización en la utilización eficiente de los recursos, la búsqueda de alternativas que sustituyan los recursos no renovables por recursos renovables, así como también la reducción de la emisión de contaminantes que alteran los ciclos bioquímicos. Las políticas y decisiones económicas deben llevar matices o propósitos que deseen alcanzar el bienestar social, financiero sin olvidar el tema ecológico ambiental.

Referencias Bibliográficas

Barbier, E., Burgess, J., & Folke, C. (1994). *The Ecological Economics of Biodiversity*. Londres: Eardscan.

Buján Pérez, A. (s.f.). *Enciclopedia Financiera*. Recuperado el 06 de July de 2016, de Enciclopedia Financiera: <http://www.encyclopediafinanciera.com/definicion-recursos-no-renovables.html>

definicionabc. (2007). Recuperado el 05 de July de 2016, de definicionabc: <http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/recursos-renovables.php>

Foladori, G. (2001). Controversia sobre Sustentabilidad. En G. Foladori, *Controversia sobre Sustentabilidad* (págs. 190-191). Mexico: Amargura 4, San Angel, Alvaro Obregon.

Fontana, J. L. (2014). PRINCIPIOS DE ECOLOGIA. En J. L. Fontana, *PRINCIPIOS DE ECOLOGIA* (pág. 7). BUENOS AIRES: EDITORIAL BRUJAS.

Perez Porto, J., & Merino, M. (2014). *Definicion.de*. Recuperado el 30 de June de 2016, de Definicion.de: <http://definicion.de/fisiocracia/>

Portal Educativo. (3 de August de 2011). Recuperado el 21 de June de 2016, de Portal Educativo: <http://www.portaleducativo.net/quinto-basico/107/que-es-un-ecosistema>

Portal Educativo para la Educación Financiera en Educación Secundaria Obligatoria. (2010). *Gepeese*. Recuperado el 24 de June de 2016, de Finanzas para todos: http://www.finanzasparatodos.es/gepeese/es/inicio/laEconomiaEn/laHistoria/revolucion_industrial.html

Rombiola, N. (5 de January de 2016). *Finanzas y Economía*. Recuperado el 29 de June de 2016, de <http://www.finanzas.com/la-fisiocracia>

Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2005). Economía. En P. A. Samuelson, & W. D. Nordhaus, *Economía* (pág. 351). Mexico: Mcgraw Hill.

Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2005). Economía. En P. A. Samuelson, & W. D. Nordhaus, *Economía* (pág. 4). Mexico: Mcgraw Hill.

Tamayo, J. S. (2012). Entre la economía política de Karl Marx y la economía ecológica. *Revista de Economía Institucional*, 1-17.

009. PRESENCIA DE METALES PESADOS (CADMIO Y PLOMO) EN EL ESTUARIO DEL RÍO CHONE - MANABÍ, ECUADOR.

Presence of heavy metals (cadmium and lead) in the estuary of the River Chone - Manabí, Ecuador.

Autor:

Francisco Hernan Pozo Miranda

fpozo@pucem.edu.ec

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí

RESUMEN

Se determinó la presencia de metales pesados (cadmio y plomo) en estuario del río Chone, Ecuador, durante 4 meses (Junio a septiembre de 2014) obteniendo seis muestras de agua y cinco de suelo (seis sitios P1...5 y 6) con dos replicas por sitios (total de 66 muestras) para determinar la concentración de metales pesados existentes en la cuenca del Río Chone. Se realizó el análisis según el protocolo del Kit para cadmio (Cd. 101745001) y plomo (Cd. 1097170001) de Merck-Millipore. En el agua las concentraciones de cadmio mostraron diferencias significativas ($p < 0,05$) en los niveles en P1, P2, P4 y P6, el lugar con mayor nivel de cadmio se observó en el P4 (0,129 mg/L). En el sedimento los niveles de cadmio mostraron diferencias significativas ($p < 0,05$), el P2 presentó la mayor acumulación de cadmio en el sedimento (3,35 $\mu\text{g/g}$), para plomo el sitio con mayor nivel fueron P5 y P6 (0,18 – 0,21 mg/L respectivamente), estos fueron lugares con mayor flujo de agua del estuario del Río Chone (8 UPS: Unidades Prácticas de Salinidad) y menor influencia con las corrientes del agua del Mar (30 UPS). Los resultados comparados con la legislación Ecuatoriana (TULSMA) vigente no evidencian niveles de metales pesados a un estuario contaminado.

Palabras clave: Polución, Río Chone, Cadmio, Plomo.

ABSTRAC

The presence of heavy metals (cadmium and lead) in the estuary of the River Chone, Ecuador was determined for 4 months (June to September 2014) to obtain six samples of water and five soil (six sites P1 ... 5 and 6) with two replicas by sites (total of 88 samples) to determine the concentration of heavy metals existing in the Rio Chone. The analysis was performed according to the protocol of the Kit for cadmium (Cd. 101 745 001) and lead (Cd. 1097170001) Merck-Millipore. In water cadmium concentrations showed significant differences ($p < 0,05$) levels in P1, P2, P4 and P6, the place with the highest level of cadmium was observed in P4 (0.129 mg / L). In the sediment cadmium levels showed significant differences ($p < 0,05$), the P2 had the highest cadmium accumulation in the sediment (3.35 $\mu\text{g} / \text{g}$) to lead the site with the highest level were P5 and P6 (0, 18 to 0.21 mg / L respectively), these were places with higher water flow Chone River estuary (8 UPS) and less influence with streams of water of the Sea (30 UPS). The results compared with current Ecuadorian legislation (TULSMA) do not show levels of heavy metals as a polluted estuary.

Keywords: Pollution, River Chone, Cadmium, Lead.

INTRODUCCIÓN

Los metales pesados, por encima de los valores naturales son un grupo de contaminantes que en zona estuarinas y marinas en general perturban el equilibrio existente (Ponce-Velez y Botello. 1991). La mayoría de los metales se encuentra en concentraciones bajas (plomo 10 y 253 $\mu\text{g/l}$ y cadmio 2 a 6.9 $\mu\text{g/l}$), aunque en lugares donde existe presencia de producción agrícola y acuícola se reporta una tendencia creciente en las concentraciones de metales pesados, debido a la reutilización de aguas de producción agrícola, como estudios en diferentes suelos sometidos a riegos con agua-lodo residual influencia en la biodisponibilidad de Ni, Cadmio y Plomo (Mancilla-Villa et al., 2012.).

La elevada concentración de metales pesados es un problema por su difícil degradación de forma natural o biológica, resultando peligroso por la toxicidad que ejercen sobre el suelo, agua y su combinación con compuestos orgánicos creando bio-acumulación y magnificación en la cadena trófica. El incremento de metales como cadmio (Cd) y plomo (Pb), genera un riesgo en la salud del ambiente en sitios, dependiendo de la situación tales como; convergencia de aguas lluvias, desagües urbanos y descargas de aguas servidas. Debido a esto nace el interés de conocer las concentraciones de metales pesados (cadmio y plomo) en el agua y sedimento del estuario del Río Chone en San Vicente y Sucre Manabí Ecuador.

Generalmente en la naturaleza los metales pesados son parte del componente mineral en la corteza terrestre, pudiendo la movilización y transporte ocurrir en determinadas condiciones geoquímicas, fundamentalmente vinculadas a estados redox y pH (Mancilla-Villa et al., 2012.). El problema radica en que no se degradan fácilmente de forma natural ya que no tienen funciones metabólicas específicas para los seres vivos (Mancilla-Villa et al., 2012), resultando ser peligroso por la toxicidad que ejercen sobre el suelo, agua y su combinación con compuestos orgánicos.

El cadmio es considerado como un elemento tipo nutriente a niveles máximo de 0,05 mg/l , siendo involucrado con los ciclos biológicos internos derivados de la materia orgánica particulada, cuyas concentraciones (Cd) disminuyen en aguas superficiales por acción directa del fitoplancton y adsorción sobre partículas biogénicas mediante procesos redox (Romero-Banuelos. 2003). Pero su incremento genera un riesgo en la salud (Herrera-Moreno y Betancourt-Fernández, 2002), aunque al determinar la presencia de cadmio en estuarios similares al área de estudios, bajo incidencia de asentamientos humanos, se observa niveles de 0,02 $\mu\text{g/l}$ en el periodo de sequía y 0,028 $\mu\text{g/l}$ en el periodo de lluvia, durante el mes de agosto (Márquez A. 2000).

En cuanto a la presencia de plomo, este metal se encuentra en forma natural en todas las rocas y en los suelos, en una proporción que normalmente varía entre 2 y 200 ppm. Algunos suelos presentan una concentración de plomo relativamente elevada debido a que las rocas subyacentes son ricas en dicho metal. El contenido de plomo en el agua es en general bajo, varía entre 20 $\mu\text{g/g}$ y 22 $\mu\text{g/g}$ (Martinez y Senior. 2001). En la Laguna de Castellero, ubicado al sureste de la población de Caicara del Orinoc, han sido reportados niveles entre 0,016 mg/l y 0,027 mg/l , observándose que las concentraciones máximas se alcanzan entre los meses de octubre y diciembre, Mientras que para áreas contaminadas existe muchas discrepancias sobre los niveles indicadores de polución, donde valores de 4-12 $\mu\text{g/g}$ y 5 $\mu\text{g/g}$ han sido señalados para sedimentos contaminados (Martinez y Senior. 2001).

El presente estudio tiene el objetivo de describir la presencia de metales pesados (cadmio y plomo) en el agua y sedimento en el estuario del Río Chone, en vista de la importancia como sitio recreativo y de extracción de recurso alimenticios (peces moluscos y crustáceos) para la comunidad de San Vicente y Sucre Manabí, Ecuador.

MATERIALES Y MÉTODOS

Durante 4 meses (Junio a septiembre de 2014) se realizaron muestreos, obteniendo seis muestras de agua y cinco de suelo (seis sitios P1...5 y 6) con dos replicas por sitios, total de 66 muestras (tabla 1) en el estuario del Río Chone (fig. 1), Manabí, Ecuador, las horas de monitoreo se establecieron acorde a la tabla de marea del Instituto Oceanográfico de la Armada INOCAR 2014, se consideró trabajar en momentos donde la marea este bajando para poder determinar la distribución acorde al flujo de descarga (38 m³/segundo) del estuario del Río Chone Manabí Ecuador.

Tabla N°1. Coordenadas de las los sitios de monitoreos en el estuario del Rio Chone.

Table No. 1. Coordinates of monitoring sites in the estuary of Rio Chone.

Localidad	Latitud (°S)	Longitud (°W)
Punto 1 (P1)	0°36'10.49"S	80°24'57.47"O
Punto 2 (P2)	0°37'3.54"S	80°24'59.40"O
Punto 3 (P3)	0°38'28.38"S	80°24'12.62"O
Punto 4 (P4)	0°39'19.87"S	80°22'4.35"O
Punto 5 (P5)	0°38'25.45"S	80°21'26.61"O
Punto 6 (P6)	0°38'30.14"S	80°20'25.52"O



Fig. 1. Puntos de Monitoreo de cadmio y plomo en el estuario del Río Chone.

Fig. 1. Monitoring Points of cadmium and lead in the Chone River estuary.

Parámetros

Los parámetros ambientales fueron: Temperatura y pH se tomó mediante el YSI (pH meter 507), la salinidad fue medida mediante el uso del refractómetro (Boeco).

Muestras de Agua

Se tomaron muestras de agua (500ml) a unos 50 cm de profundidad (Jáimez-Cuéllar *et al* 2002), en cada localidad de muestreo y se colocó en recipientes plásticos estériles lavados previamente con ácido nítrico (65%).

Se clarificaron las muestras con filtros Millipore (0,45 μ m), eliminando la turbidez para realizar el análisis según el protocolo del Kit para cadmio (Cd. 101745001) y plomo (Cd. 1097170001) de Merck-Millipore.

Muestras de sedimento

Las muestras de sedimento se tomaron usando una draga metálica de 20x40 cm, se recolectó 500 gr de sedimento que corresponden al centro de la draga, evitando contacto directo del sedimento con las paredes de la draga, posteriormente se colocó en recipientes plásticos estériles, lavados previamente con ácido nítrico (65%). A continuación el sedimento (10 gramos) fue secado a 60°C durante 24 horas, posteriormente fue molido y tamizado a 0,5 mm. Cuando las muestras contenían concentraciones elevadas de metal pesado (>2mg/L), se procedió a realizar diluciones 1/10 para poder leer en un fotómetro (Spectroquant nova 60).

Análisis de metales pesados

Se realizó el análisis según el protocolo del Kit para cadmio (Código 101745001) y plomo (Código 1097170001) de Merck-Millipore.

Preparación de la muestra

Una vez tomada la muestra se fijó en ácido nítrico al 65% (1 ml de ácido nítrico para 1 L de solución de la muestra) hasta su análisis en La Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí. El cadmio plomo no disuelto o unido en forma de complejo se determinó después de la preparación de la muestra con uno de los Crack Sets Spectroquant (Kit de análisis). Las muestras turbias se filtraron con papel Wallmant.

Procedimiento Cadmio (Cd)

Se prepararon las muestras a una temperatura de 20 °C, se tomó 5 ml de la muestra y se colocó en la cubeta de reacción, se procedió a adicionar 0,200 ml de Cd-1K y se agitó, luego se añadió una microcucharada de reactivo Cd-2k y se agitó fuerte la cubeta hasta que el reactivo se disolvió completamente. Se dejó en reposo por 2 minutos (tiempo de reacción) y posteriormente se midió en un fotómetro Spectroquant nova 60 (método 14834).

Aseguramiento analítico de la calidad Cd

Para comprobar la calidad de lectura del fotómetro (abs 0,010), se evaluó mediante la lectura de una solución patrón con 0,500 mg/L de Cd. obteniendo Desviación estándar (mg/L Cd) \pm 0,0070, Coeficiente de variación \pm 1,3 e Intervalo de confianza \pm 0,016.

Procedimiento Plomo (Pb)

Se preparó la muestra a temperatura de 20 °C, se tomó 5 ml de la muestra y se colocó en la cubeta de reacción, se procedió a adicionar 5 gotas de Pb-1K y se homogenizó. A continuación

se realizó la lectura en fotómetro - método 14833, el resultado fue considerado como Lectura **A**.

Se tomó la reacción anteriormente descrita, y se adicionó una microcucharada de reactivo Pb-2k y se agitó la cubeta, hasta que el reactivo se disolvió completamente. Se procedió a realizar la lectura en fotómetro - método 14833, el resultado fue considerado como Lectura **B**.

La concentración de plomo (Pb) se definió como:

$$mg/L = \text{lectura A} - \text{lectura B}$$

Aseguramiento analítico de la calidad Pb

Para comprobar la calidad de lectura del fotómetro (abs 0,010), se evaluó mediante la lectura de una solución patrón con 2,00 mg/L de Pb. Obteniendo Desviación estándar (mg/L Pb) \pm 0,016, Coeficiente de variación \pm 0,62 e Intervalo de confianza \pm 0,04.

Análisis estadístico

Los datos de concentraciones de metal pesado (cadmio y plomo) fueron evaluados mediante pruebas de normalidad y homoestabilidad, en el caso de falta de normalidad los datos se transformaron a logaritmo natural (Ln) para posteriormente aplicar análisis de Varianza ANDEVA ($p < 0.05$) y la prueba de Contraste de LSD Fisher ($p < 0.05$) para determinar diferencias significativas entre concentraciones observadas. Se usó el software libre INFOSTAT.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Parámetros

En el área de estudio la temperatura promedio del ambiente (aire) fue de 30,2°C. y del agua de 28,4°C. La salinidad en el estuario presenta gradientes de salinidad de 30 UPS: Unidades Practicas de Salinidad (exterior del estuario) a 8 UPS (interior del estuario) esto debido a permanente descargas de agua dulce proveniente de la presa La Esperanza hacia el río Carrizal y a su vez hacia el Río Chone y esteros salobres, evidenciado la disminución de salinidad al interior del estuario (García et al., 2010).

Metales pesados en Agua

Se determinó la concentración de metales pesados (cadmio y plomo), para definir su distribución dentro del estuario del Río Chone.

Cadmio

Se evaluó la concentración de cadmio promedio de cada punto de monitoreo durante el periodo de muestreo, mediante análisis de varianza ($p < 0,05$) y test de LSD Fisher, existiendo diferencias significativas en los niveles de cadmio presente entre los puntos P1, P2, P4 y P6, mientras que entre P2 y P5 no se encontraron diferencias estadísticas. Los valores más altos registrados durante el estudio se observaron en P4, principalmente en el mes de agosto. Se puede observar una leve interacción de las concentraciones entre P1 y P3 aunque los niveles se muestran bajos y relativamente homogéneos (fig. 2). Los niveles de cadmio relativamente más bajos se pueden notar en los sitios de monitoreo cercanos a la desembocadura del estuario,

aunque no se observó una distribución geográfica definida (acumulación de cadmio en un solo sitio de monitoreo) entre los niveles a lo largo de los sitios de monitoreo. El sitio con mayor nivel de cadmio fue el P4 (129 mg/L), éste es un sitio con un flujo de agua lento y de gran sedimentación.

Plomo

Al evaluar las concentraciones promedio de Plomo, se muestran diferentes significativas estadísticamente (ANDEVA $p < 0,05$: LSD Fisher $p < 0,05$) en los niveles de plomo presente entre los puntos cuatro (P4), P5 y P6, mientras que entre P1, P2 y P3 los niveles fueron bajos y homogéneos (sin diferencias significativas), los valores más altos registrados se observaron en el mes de julio en P5 y P6 (0,18 – 0,21 mg/L respectivamente), ambos puntos mostraron la misma tendencia (niveles de plomo) a través del tiempo (fig.3), siendo lugares con mayor flujo de agua del estuario del Río Chone y menor influencia con las corrientes del agua del Mar.

Metales pesados en Suelo.

Cadmio

Los niveles promedios de cadmio evaluados mediante análisis test de LSD Fisher, muestran diferencias significativas ($p < 0,05$) entre todos los puntos. Los valores más bajos fueron P1 (0,84 ug/g suelo) y P3 (1,15 ug/g suelo), mientras que el P2 presentó la mayor acumulación de cadmio en el sedimento (promedio 3,35 ug/g suelo) en principalmente en el mes de agosto. Los puntos P5 y P4 muestran una marcada interacción en el transcurso del tiempo (meses) fig. 4. Al igual que en el análisis del cadmio en agua, en el suelo los niveles de cadmio no muestran un patrón geográfico definido.

Plomo

Estadísticamente (LSD Fisher $p < 0,05$) se muestran niveles de plomo bajos en áreas cercanas a la influencia de corrientes del agua de mar (P1 y P2), se observó la acumulación de niveles de plomo desde el mes de junio hasta Agosto en P3, P4 y P5 (hacia el interior del estuario) donde el nivel máximo fue en P5 (0,21 mg/L) durante el mes de Agosto (fig. 5), lugar con mayor flujo de agua del estuario del Río Chone (8 UPS) y menor influencia con las corrientes del agua del Mar (30 UPS).

Autores indican que el contenido de Cd en el agua y material en suspensión es dependiente de la salinidad. La concentración de metales depende de la fuente de origen y la presencia en solución o formando precipitados o agregados dependerá del ambiente geoquímico y de aspectos hidrogeoquímicos.

Las mayores concentraciones se presentan aguas arriba y zonas de mezcla de agua (Río y Mar) durante el periodo de lluvia y los mínimos en el extremo marino (Márquez, et al., 2008; Romero-Banuelos. 2003). El presente estudio se realizó en época seca y mostró niveles muy dispersos, contrario a lo indicado por Martínez y Senior (Márquez, et al., 2008), independientes al gradiente de salinidad (UPS), esto podría deberse al poco aporte de agua dulce (0 UPS) (flujo de agua propia del Río Chone).

Autores como Ponce-Vélez y Botello (1991) en el análisis de metales pesados en sedimentos de estuarios con características hidrológicas, ambiente geoquímico y uso del territorio

similares, describe valores para cadmio de 1400 $\mu\text{g/L}$ mientras que el autor Villanueva (Villanueva. 1987) presenta concentraciones de 1600 $\mu\text{g/L}$ cadmio, valores altos comparados con los obtenidos en el presente estudio (3,35 $\mu\text{g/g}$ cadmio).

Márquez (Márquez A. 2000) ha reportado niveles de plomo entre 16 $\mu\text{g/L}$ y 27 $\mu\text{g/L}$. aunque en ecosistemas venezolanos indica la existencia de niveles que alcanzan 29 $\mu\text{g/L}$. pero es claro en definir que estas concentraciones disueltas y en suspensión en estuarios no son indicativos de la existencia de contaminación metálica en las aguas y más aún definir algún sitio de origen de la contaminación.

Hay muchas discrepancias en cuanto a los niveles considerados como contaminantes para el plomo, aunque valores de 4-12 $\mu\text{g/g}$ han sido señalados para sedimentos no contaminados (Martinez y Senior. 2001). Mientras que las correspondiente a zonas contaminadas, incluyen valores que pueden alcanzar 2700 $\mu\text{g/g}$ como ocurre en el estuario de Gannel al sudeste de Inglaterra y en los ríos Tinto y Odiel (1000 $\mu\text{g/g}$ y 2000 $\mu\text{g/g}$) estos valores han sido asociados a la actividades mineras, desagües urbanos y descargas de aguas servidas. Mientras que en áreas expuestas a aguas residuales (antropogénicas) los niveles de plomo son 30 y 70 $\mu\text{g/g}$ (Martinez y Senior. 2001), en nuestros resultados la concentración máxima de Plomo fue de 2,35 $\mu\text{g/g}$.

Los procesos biogeoquímicos en los sedimentos pueden movilizar los metales pesados, pasando a estar biodisponible (Luque et al., 2010). Esta biodisponibilidad puede cambiar cuando se modifican las condiciones ambientales, típicas de sistemas mareales sometidas a encharcamientos periódicos (Luque et al., 2010), por lo que al estudiar polución en estuarios, tantos prístinos como contaminados bajo la existencia de una influencia antropogénica, es necesario determinar su estado de contaminación mediante el cálculo de los factores de enriquecimiento (EF) definido (Bryan y Langston. 1992; Homberger et al., 1999) mediante el cociente CV/BV, donde CV representa la concentración medida en el estuario y BV el valor natural del área (Luque et al., 2010). Al comparar los resultados obtenidos con la norma ecuatoriana (TULSMA) para la calidad de agua (Cd: 0,005 $\mu\text{g/L}$ – Pb: 1.00 $\mu\text{g/L}$) y suelo (Cd: 0,5 mg/Kg – Pb: 25.0 mg/Kg) evidencian que el cadmio en el agua sobrepasa los niveles permisibles mas no en sedimento, mientras que los niveles de plomo se encuentran por debajo de lo establecido por la Norma para agua y sedimentos.

Conclusiones

La presencia de metales pesados en el estuario del Río Chone, Manabí-Ecuador de cadmio en el agua sobrepasa los niveles permisibles en el agua más no en sedimento, mientras que los niveles de plomo se encuentran por debajo de lo establecido por la Norma Ecuatoriana para agua y sedimentos.

REFERENCIAS

1. Bryan y Langston. 1992. Bioavailability, accumulation and effect of heavy metals in sediments with special reference to United Kingdom estuaries: a review. *Environ. Pollut.* 76. 89 – 131
2. García, Mendoza, Mera, Vega. 2010. Construcción de una estación fija de monitoreo Ambiental en las instalaciones de la carrera de Acuicultura, Universidad Técnica de Manabí, extensión Bahía de Caráquez. Proyecto previo a la obtención del título de Licenciado en acuicultura. Universidad Técnica de Manabí.
3. Herrera-Moreno y Betancourt-Fernández, 2002. Toxicidad del cadmio sobre los crustáceos: bioensayos, efectos y propuesta de estándares. *Indotécnica*. República Dominicana.
4. Homberger, Louma, Van Gen, Fuller y Anima. 1999. Historical trends of metal in the sediments of San Francisco Bay, California. *Mar. Chem.* 64. 39 – 55
5. Luque, Castellano, castillo, González, Vilches y Figueroa. 2010. Distribución de metales pesados en sedimentos de las Marismas del Odiel (Huelva, SO. España). *Cuaternario y Geomorfología*. 12 (3-4), pp 77-85
6. Mancilla-Villa, Ortega-Escobar, Ramirez-Ayala, Uscanga-Mortera, Ramos-Bello & Reyes-Ortigoza. 2012. Metales pesados totales y arsénico en el agua para riego de Puebla y Veracruz, México. *Revista internacional de contaminación ambiental*, 28(1), 39-48. Recuperado en 18 de mayo de 2014, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-49992012000100004&lng=es&tlng=es.
7. Márquez A. 2000. Concentración y comportamiento de metales pesados en la zona estuarina de Venezuela. *Rev. Interciencia* Vol 25. Num. 6 pp 8
8. Martínez y Senior. 2001. Especiación de metales pesados (Cd, Zn, Cu y Cr) en el material en suspensión de la Pluma del Río Manzanares, Venezuela. *Interciencia*. Vol. 26 (2). Pp 53-61
9. Márquez, Senior, Martínez, Castañeda. y González. 2008. Concentraciones de metales en sedimentos y tejidos musculares de algunos peces de la laguna de Castillero, Venezuela. *Metals Concentration in Sediments and Muscular Tissues of Some Fish from the Castillero Lagoon, Venezuela*. *Revista Científica, FCV-LUZ / Vol. XVIII, N° 2*, 121 - 133, 2008
10. Ponce-Velez y Botello. 1991. Aspecto geoquímico y de contaminación por metales pesados en la laguna de términos, Campeche. Instituto de ciencias del mar y Limnología UNAM, *Hidrología* Vol. 1 (2). pp10
11. Romero-Banuelos. 2003. Hidrología y metales pesados en la materia particulada suspendida del agua superficial de la porción Sur de la Bahía de la Paz B.C.S. México. Tesis de Maestría.
12. Villanueva. 1987. Evaluación de metales pesados en los sedimentos y organismos del río Coatzacoalcos y áreas adyacentes, ver. México. Tesis profesional. ENEP-ZARAGOZA. UNAM. México. P 82

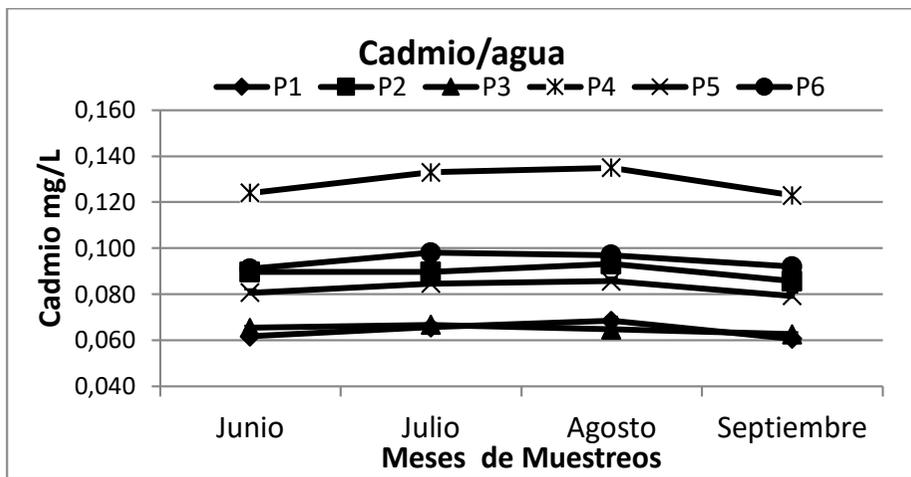


Fig. 2. Análisis de concentración de Cadmio en agua.

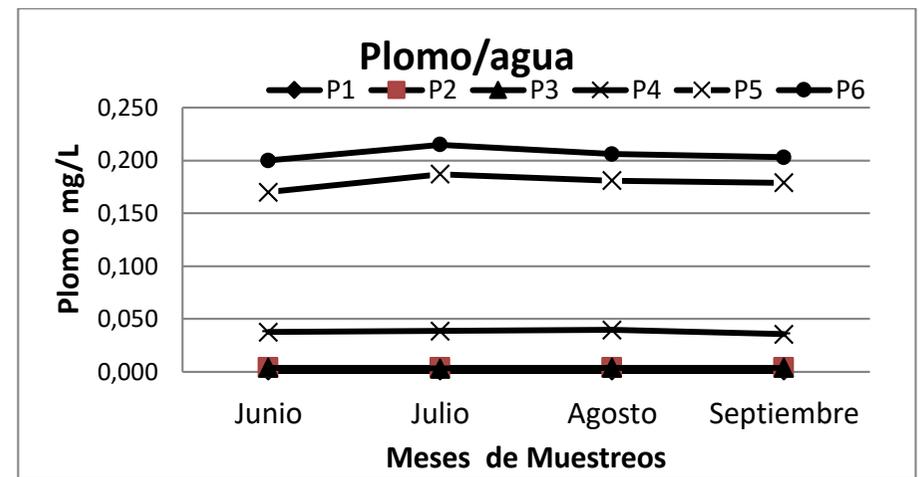


Fig. 3. Análisis de concentración de Plomo en agua.

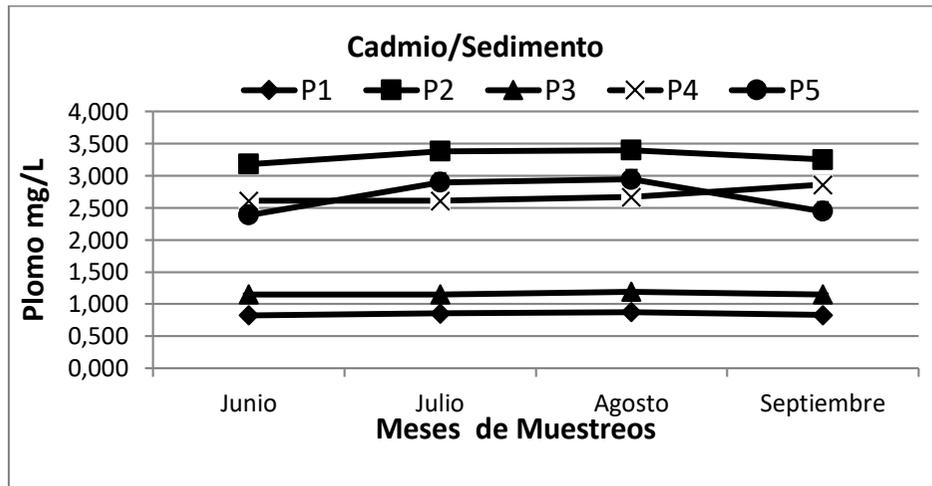


Fig. 4. Análisis de concentración de Cadmio en suelo.

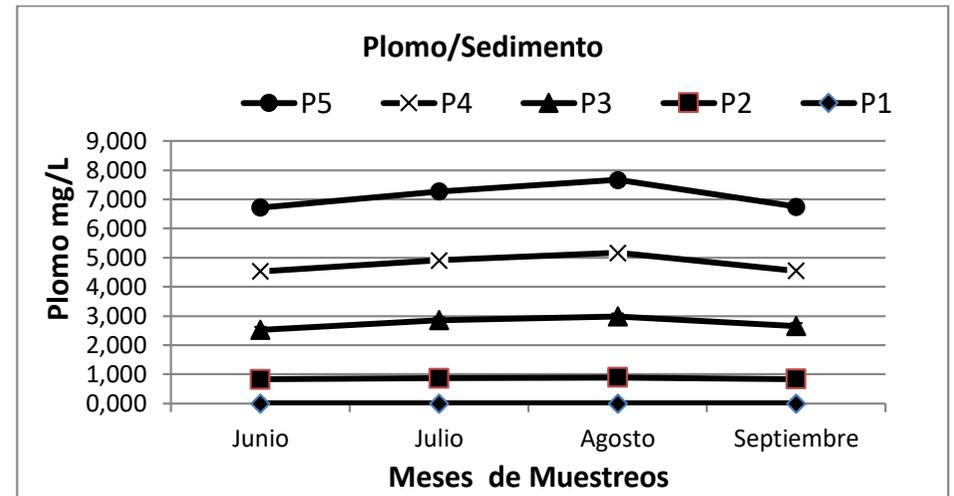


Fig. 5. Análisis de concentración de Plomo en sedimento.

010. E-GARBAGE” RECUPERACIÓN DE MATERIALES (ORO, PLATA Y COBRE) Y SU VIABILIDAD FINANCIERA UN ESTUDIO AMIGABLE PARA EL MEDIO AMBIENTE.

Autores:

JUSSEN PAUL FACUY DELGADO

jussen.facuy@gmail.com

U. AGRARIA, U. GUAYAQUIL,

RONNY ENRIQUE SANTANA ESTRELLA

ronny.santana.ec@gmail.com

ESPOL, U. GUAYAQUIL,

Mirey Magdalena Cruz Ordoñez

mireyco@hotmail.com

Licenciada en Ciencias de la Educación – Informática _ Magíster en Informática Educativa, asesora pedagógica en e-learning

Jonathan Carlos Samaniego Villarroel

Ingeniero en computación

Master en Gerencia educativa y Educación superior

Docente de la Universidad de Guayaquil, Universidad agraria del Ecuador, y Colaborador de Tc Televisión en su área digital.

RESUMEN

La generación de desechos electrónicos es un proceso que se incrementa a nivel mundial, provocando grandes problemas ecológicos. La rápida obsolescencia de los equipos electrónicos causada por el acelerado desarrollo de la tecnología, hace que se desechen los residuos electrónicos a un ritmo cada vez mayor. Reciclar los residuos eléctricos y electrónicos no sólo permitiría reutilizar la mayor parte del aparato viejo y asegurar el correcto tratamiento de las sustancias tóxicas que de otra forma podrían contaminar el medio ambiente y dañar el ecosistema, sino que reduciría la actividad extractora de minerales. Cuando los grandes fabricantes de aparatos electrónicos anuncian la creación de un nuevo modelo de computadora o de teléfono celular, millones de personas en todo el mundo celebran y salen corriendo a adquirir el dispositivo o artículo de la última tecnología. Pero ese afán por estar al día con los avances tecnológicos tiene una contracara: la inmensa cantidad de basura electrónica que se acumula por el desuso.

Palabras claves.- e-garbage, basura electrónica, finanzas, medio ambiente.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación fue producto de una exhaustiva y prolija investigación documentada y analizada con cifras compiladas en 2010 por la Plataforma Regional de Residuos Electrónicos en Latinoamérica y el Caribe (Relac), cada ciudadano de América Latina, arroja unos 2,4 a 4,2 kilogramos de basura electrónica cada año.

La fundación One life estima que hay unas 80 mil toneladas de este tipo de desechos habitando entre los ecuatorianos. Hasta el 2016, las ventas de desktops y notebooks van a generar alrededor de 11 000 toneladas adicionales de residuos. Esta basura es particularmente peligrosa porque muchos de los dispositivos contienen entre sus partes metales, sumamente tóxicos para la salud y, lo que es más grave, la mayoría de las veces se mezcla con la basura corriente.

Las municipalidades no han podido intervenir en el reciclaje de los residuos electrónicos, por no contar con las ordenanzas que garanticen esta actividad. La creación de una empresa recicladora representará beneficios sociales en tanto constituye fuente de generación de empleo y servirá, además, como mecanismo para el reciclaje de esta basura electrónica. Reciclar los residuos eléctricos y electrónicos no sólo permitiría reutilizar la mayor parte del aparato viejo y asegurar el correcto tratamiento de las sustancias tóxicas que de otra forma podrían contaminar el medio ambiente, sino que reduciría la actividad extractora de minerales.

Reciclar los residuos eléctricos y electrónicos no sólo permitiría reutilizar la mayor parte del aparato viejo y asegurar el correcto tratamiento de las sustancias tóxicas que de otra forma podrían contaminar el medio ambiente, sino que reduciría la actividad extractora de minerales.

Con el fin de diagnosticar la situación actual y los problemas medioambientales asociados al tratamiento y manejo de la chatarra electrónica, en el presente trabajo de investigación tiene como objetivo valorar la viabilidad financiera de una empresa recicladora de oro, plata y cobre contenido en la chatarra electrónica, en el cantón Guayaquil, por lo tanto se evaluará y diagnosticará el entorno del manejo de la chatarra electrónica, estableciendo las premisas financieras que permitan generar ingresos y rentabilidad sustentable en el tiempo logrando de esta manera ser partícipes del emprendimiento e innovación tecnológica, contribuyendo con el medio ambiente.

RECICLAJE Y BASURA ELECTRÓNICA

El concepto de reciclaje está muy vinculado a la necesidad derivada de la existencia y crecimiento de la basura en sus distintas modalidades. El término basura es tan antiguo como la propia existencia de formas de vida. Su aparición generó una necesidad primaria de colección y manejo.

La Gran Depresión de la economía mundial que se inició en 1929 y que en la mayoría de los países se mantuvo hasta los años '40, hizo reaparecer el concepto de reciclaje como paliativo a las dificultades económicas. El fin de este periodo es seguido por el comienzo de la Segunda Guerra Mundial durante el cual el reciclaje adquiere una connotación patriótica, además de alternativa económica ante la escasez de productos.

En las décadas siguientes, particularmente desde finales del años '90, los esfuerzos por reciclar han sido cada vez mejor incorporados en la vida cotidiana. La recolección de basura reciclada fue introducida en la cotidianidad y se convirtió en norma, ayudando a establecer el reciclaje como una opción más conveniente. El deterioro de la capa de ozono ganó un reconocimiento más substancial como preocupación ambiental y fue utilizado para motivar los esfuerzos de reciclar en una escala más ancha. La producción de materiales plásticos se incrementó, cambiando la escena y permitiendo discernir qué materiales eran hechos para reciclar.

Un importante cambio se produjo en la composición y cantidad de basura producida a nivel mundial a partir de los años '90. El crecimiento de la producción de artículos electrodomésticos, el surgimiento y desarrollo de las Tecnologías de la Información y la imposición del concepto obsolescencia planificada generó un nuevo problema a enfrentar por los gobiernos, autoridades, empresas, instituciones y organizaciones, no solo a nivel local, sino a escala mundial. Los residuos provenientes de televisores, móviles, electrodomésticos de todo tipo y computadoras crearon un nuevo tipo de basura: la basura electrónica.

La Agencia Europea del Medio Ambiente¹ calcula que el volumen de basura electrónica aumenta tres veces más rápidamente que otras formas de basura municipal hasta el punto de que el volumen total pronto será de 40 millones de toneladas métricas, suficiente para llenar una fila de camiones que recorrería la mitad de la circunferencia de la Tierra.

Esta problemática ha dejado de afectar solo a países desarrollados como Estados Unidos de América o de la Unión Europea para afectar también a otros como China, Pakistán e India y al resto del mundo, en general. Tal es su magnitud que la ubicación, tratamiento, destrucción o reciclaje de esta basura, son asuntos de interés internacional e hizo que la Organización de Naciones Unidas (ONU) haya utilizado el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) para instar a un uso responsable de las herramientas tecnológicas y su posterior destrucción.

La Universidad de las Naciones Unidas (UNU), el Programa de Medio Ambiente de la ONU, la Agencia de Protección Medioambiental de EEUU (EPA), universidades de los cinco continentes y empresas como Dell, Microsoft, Hewlett Packard (HP) o Philips se han unido en la iniciativa 'Solucionar el problema de la basura electrónica' (StEP, por sus siglas en inglés) que pretende estandarizar los procesos de reciclado globalmente

¹La Agencia Europea de Medio Ambiente.

para recuperar los componentes más valiosos de la basura electrónica, extender la vida de los productos y armonizar las legislaciones y políticas.

En colaboración con esta iniciativa, las Naciones Unidas y varias organizaciones, estudian el proceso de generación, recolección y exportación de equipos electrónicos usados. Según las conclusiones de la investigación más reciente realizada por esta iniciativa² empleando datos de Naciones Unidas, gobiernos y organizaciones no gubernamentales y de carácter científico, el año pasado el mundo produjo 54 millones de kilo/toneladas de basura provenientes de productos electrónicos, lo que equivale a 20 kilos por cada ser humano del planeta tierra. Los mayores productores generadores de basura electrónica fueron Estados Unidos de América y China, según se muestra en la siguiente Tabla.

Tabla 1.1 Generación de basura electrónica por países.

País	Cantidad generada (en kilo/toneladas)
Estados Unidos de América	9,359.78
China	7,253.01
Unión Europea	9,918.00
India	2,751.84
Japón	2,741.76
Rusia	1,411.66
Brasil	1,387.85
México	1,032.74

Fuente: Naciones Unidas, Instituto de Tecnologías de Massachusetts (MIT), Laboratorios de Sistemas Materiales y Centro Nacional para Reciclaje Electrónico (NCER)³.

Elaboración: Autor

EL RECICLAJE EN EL ECUADOR.

Los antecedentes del reciclaje en Ecuador datan de 1970, fecha en la que inició su actividad productiva una fábrica de papel que utilizó material reciclado como materia prima. Actualmente se reciclan aproximadamente 678.000 toneladas año, de las cuales una parte se destina al consumo interno y el excedente se exporta a EE.UU y Asia, entre otros⁴. En todo el país existen aproximadamente 1.200 centros de acopio,

²informe de la iniciativa StEP

³ Fuentes:

⁴Revista AMCHAM EDICIÓN #193(Ecuadorian American Chamber of Commerce) Cámara Ecuatoriano Americana de Comercio, Guayaquil.

20 compañías legalmente constituidas para reciclar material y 1.000 vehículos que transportan estos materiales. Muchos de estos transportistas son pequeños comerciantes que compran y venden materiales. Esta actividad beneficia económicamente a las personas más pobres del país; el reciclaje de los desechos sólidos es fuente de empleo, en general, para más de 100 mil personas en el país que laboran en recicladoras privadas. En el caso de Guayaquil, es una tarea inconclusa y practicada, adicionalmente, por recolectores improvisados, conocidos como chamberos o recicladores.

Este sistema funciona a través de los centros de acopio, formando una cadena en el reciclaje entre recicladores, microempresarios, pequeña y mediana empresa y las industrias. Estas últimas se benefician aún más, porque se elaboran distintos productos; ese es el caso de las Papeleras (Papeles absorbentes, papel higiénico, servilletas etc.), industrias del plástico (Tuberías de polietileno de baja y alta densidad, fundas para basura), industrias de vidrio (Botellas de vidrio), industrias siderúrgicas e industria metalúrgica.

Hasta el 90% de un aparato electrónico es reciclable y algunos de los materiales que se obtienen son de alto valor. A pesar de ello, en América Latina sólo se recicla alrededor del 10% de los desperdicios. Ecuador no es una excepción en este sentido; el reciclaje de equipos electrónicos todavía es limitado.

Es conocido que los residuos electrónicos contienen metales pesados que causan contaminación en el medioambiente y daños en la salud, pero también poseen metales preciosos como oro, plata y cobre que pueden ser aprovechados a través de un proceso de reciclaje en el que, de manera responsable y segura, se emplee una solución química.

La falta de tecnología especializada a gran escala, como: equipos de molienda, separación, hornos para fundir y plantas de refinamiento de los metales preciosos que hay en los equipos electrónicos, obliga a su exportación a regiones desarrolladas, pero, al hacerlo, el país pierde. Esta dinámica del reciclaje debe y puede ser cambiada, teniendo en cuenta la panorámica actual.

Según datos publicados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) el 13,9% de los hogares tiene al menos un computador portátil, mientras el 26,4% de los hogares tiene computadora de escritorio. La Encuesta del (INEC) sobre Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) realizada el año pasado, reveló que la televisión continúa liderando el ranking de las prioridades tecnológicas de los hogares ecuatorianos, seguida por el DVD y el equipo de sonido. Recién en cuarto lugar está la computadora de escritorio y finalmente una portátil. En el estudio, un 86,2% de los hogares encuestados dijo tener una televisión a color; un porcentaje que se encuentra prácticamente estancado desde el 2011. En el caso de los teléfonos inteligentes, en tanto, el 50,4% de la población (de 5 años y más) tiene por lo menos un celular activado.

Si se tiene en cuenta que, en promedio, los televisores tienen una vida útil de ocho años; los computadores de tres años y los celulares, dos, es posible pronosticar un escenario en el mediano plazo de gran acumulación de basura electrónica. Téngase en cuenta, además, que cuando cumplen su vida útil y van a los botaderos ahí descargan sustancias tóxicas que entran en contacto con el agua y el suelo, afectando directamente a toda la sociedad. Las estadísticas del Banco Central indican que el país genera 25000 toneladas de productos electrónicos cada año, con un crecimiento mayor al 15%. Cada ecuatoriano genera 1,91 kilos de estos desechos. Los nuevos hardware y software seducen, pero hay que pensar en ampliar la vida útil de estos aparatos para minimizar su impacto medioambiental.

LA EXTRACCIÓN DE ORO, PLATA Y COBRE DE LA 'BASURA ELECTRÓNICA'

Otro importante factor es que para la producción de electrodomésticos y ordenadores se utilizan metales preciosos, como el oro o la plata. Adicionalmente, la creciente demanda de otros metales en esta producción los está convirtiendo en materiales de extremo valor. Es el caso del indio, que se utiliza en más de 1.000 millones de productos cada año, desde pantallas planas a teléfonos celulares. En los pasados cinco años, los precios del indio se han multiplicado por seis y en la actualidad es más caro que la plata.

Aun así, el reciclado de indio sólo se realiza en unas pocas instalaciones en Bélgica, Estados Unidos y Japón, país donde - a través del reciclado - se obtiene casi la mitad de sus necesidades de ese material.

Igual sucede con el bismuto, utilizado en soldaduras para evitar el uso de plomo que ha duplicado sus precios desde 2005 y el rutenio, utilizado en resistencias y discos duros, cuyo valor se ha multiplicado por siete desde principios de 2006.

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.

DEFINICIÓN DE 'BASURA ELECTRÓNICA.'

De acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)⁵ un desecho electrónico es todo dispositivo alimentado por la energía eléctrica cuya vida útil haya culminado. La convención de Basilea⁶, por su parte, define la chatarra electrónica como todo equipo o componente electrónico incapaz de cumplir la tarea para la que originariamente fueron inventados y producidos. Y estos, al ser desechados, pasan a ser residuos electrónicos o basura electrónica. Computadoras, celulares, equipos electrodomésticos, reproductores de mp3, memorias USB, faxes e impresoras, cuando se rompen o quedan obsoletos por el avance de la tecnología, son algunos ejemplos.

Esta basura es particularmente peligrosa porque muchos de los dispositivos contienen entre sus partes metales sumamente tóxicos para la salud y, lo que es más grave, la

⁵Definición d basura electrónica

⁶ Convención de Basilea

mayoría de las veces se mezcla con la basura corriente provocando daños serios al medio ambiente.

COMPONENTES.

Cuando los fabricantes de aparatos electrónicos anuncian la creación de un nuevo modelo de computadora o de teléfono celular, millones de personas en todo el mundo celebran y salen corriendo a adquirir la última tecnología. Pero ese afán por estar al día con los avances tecnológicos tiene una contracara: la inmensa cantidad de basura electrónica que se acumula por el desuso. Hasta el 90% de un aparato electrónico es reciclable, sin embargo, de acuerdo con la organización Greenpeace, sólo se recicla alrededor del 10% de los desperdicios.

Otro enfoque del problema es el uso de recursos en el sector electrónico. Solo la fabricación de una computadora de escritorio con una pantalla plana de 17 pulgadas necesita de al menos 240 kilos de combustibles, 22 kilos de productos químicos y 1.500 kilos de agua. En total, 1,8 toneladas de productos, lo cual equivale al peso de un vehículo⁷.

El 95% de un celular se puede reutilizar: un 45% es plástico, 20% cobre, 5% no metálicos, 10% cerámica y 20% son metales pesados. 100.000 teléfonos móviles pueden contener casi 2 kilos y medio de oro, equivalentes a 130.000 euros, más de 900 kilos de cobre, valorados en 100.000 euros y 25 kilos de plata que se pueden vender por más de 27.000 euros.

VENTAJAS DE LA 'BASURA ELECTRÓNICA.

Las tarjetas de circuitos impresos tienen una concentración de oro 10 veces mayor a la existente en los minerales más ricos.

Según el grupo ecologista Greenpeace, cada 10 millones de teléfonos celulares que son descartados, pueden obtenerse casi US\$12,5 millones en oro, US \$1,8 millones en plata y US\$664.000 en cobre, sobre la base de los precios vigentes para estos productos.

Deshacerse de un viejo computador no es tan sencillo. Su armazón de metal y plástico concentra más de 20 compuestos químicos, altamente peligrosos si llegan a la basura. Plomo y mercurio en los monitores, níquel en las baterías, bromo en los circuitos. Estos metales pesados son una bomba de tiempo ambiental si no se tratan correctamente. Apostar por reciclar la 'basura electrónica', garantizando un modo responsable para el manejo de los productos peligrosos es una responsabilidad social de todos los ciudadanos.

⁷RuedigerKuehr

FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA.

La existencia, gestión y reciclaje de residuos orgánicos e inorgánicos han ido ocupando gradualmente la atención de grupos sociales preocupados por el impacto medioambiental y sus consecuencias sobre la sociedad en su conjunto, pero no fue hasta la década de 1970 en que este concepto, enmarcado como parte del medio ambiente, adquirió mayor connotación internacional.

En 1972 la Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas convocó la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Humano, conocida como la primera conferencia internacional sobre el medio ambiente o la Cumbre de la Tierra de Estocolmo, cuyo objetivo fue sensibilizar a los líderes mundiales sobre la magnitud de los problemas ambientales. Este evento marca el comienzo de la conciencia moderna política y pública de los problemas ambientales globales.

Las Naciones Unidas reconocen que la Tierra y sus ecosistemas son el hogar de la humanidad. Asimismo, afirman que para alcanzar un justo equilibrio entre las necesidades económicas, sociales y ambientales de las generaciones presentes y futuras es necesario promover la armonía con la naturaleza y la Tierra. Es por esto que se decidió designar el 22 de abril como el “Día Internacional de la Madre Tierra”. Se instauró para crear una conciencia común a los problemas medioambientales como la superpoblación, la producción de contaminación o la conservación de la biodiversidad. Su objetivo es subrayar la importancia del uso responsable de los recursos naturales de la Tierra así como de una educación ambiental.

Aunque el reciclaje puede minimizar el problema, la clave está en la forma de vida del individuo como parte de una sociedad. Pudiera preguntarse, ¿realmente se necesita cambiar de celular cada año? La única solución no es el reciclaje: es un cambio de concepto y de cultura que erradique ese consumismo social que hace infeliz al individuo, convirtiéndolo en generadores de basura y en ocasiones transmisores de enfermedades cuando no se manipulan adecuadamente.

La evolución y la mejora del bienestar a través de la tecnología no tienen por qué ser incompatible con la conciencia ecológica y la gestión responsable de los recursos. Instituciones, Organizaciones No Gubernamentales y empresas han realizado propuestas de acción que implican a los propios usuarios. El primer paso siempre debe ser un consumo responsable, como en cualquier otro ámbito. Alargar al máximo la vida de un aparato, no descartarlo sin aprovechar toda su utilidad, hará que tarde más en convertirse en basura electrónica.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

Uno de los mayores problemas para el reciclado de la basura electrónica es, sin dudas, la falta de una legislación homogénea; cada país tiene diferentes objetivos, medidas y mecanismos. Esto provocará que, en el corto plazo, una empresa internacional que opere en el sector, tenga que enfrentar diferentes situaciones en cada país o estado, lo cual se refleja en un incremento de sus costos administrativos.

Por esta razón las empresas del sector están a favor de la estandarización y homogenización.

MATERIALES Y METODOS

Sobre la base de un diseño observacional descriptivo se ha podido establecer que la vida útil de los aparatos eléctricos y electrónicos está siendo determinada por la velocidad a la cual los fabricantes renuevan la oferta de estos, lo cual, combinado con el consumo desmedido y el apetito incontrolable del ciudadano promedio del modelo generalizado de sociedad, constituye la plataforma sobre la que se sustenta la oportunidad que representa el reciclaje de la basura electrónica generada en este ciclo.

La necesidad de buscar una solución a este problema medioambiental puede quedar satisfecha a través de una empresa recuperadora de algunas de las componentes de la basura electrónica, como el oro, la plata y el cobre.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Para determinar la población se tomó como referencia el número de habitantes que tiene la Ciudad de Guayaquil de acuerdo al último censo poblacional realizado por el instituto ecuatoriano de estadísticas y censo.

n=	?	Tamaño de la muestra
N=	2.350.915	Tamaño de la población
Z=	1,96	# de desviaciones estándar
σ^2	0,25	varianza muestral
σ	5,0%	error muestral

$$n = \frac{\sigma^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{\sigma^2}{N}}$$

$$= 0,25 / ((0,05 * 0,05) / (1,96 * 1,96) + (0,25 / 2350915))$$
$$n = 384$$

Formula:
$$n = \frac{Z^2 P (Q \times N)}{(N-1) E^2 + Z^2 \times PQ}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

Z = Margen de Confianza

P = Probabilidad de Éxito

Q = Probabilidad de Fracaso

E = Error Muestral

Para el presente estudio se manejaron las siguientes restricciones:

E = 5% = 0.05

Z = 1.96 (valor que corresponde a un coeficiente de 95%)

$$P = 50\% = 0.50$$

$$Q = 1-P = 0.50$$

$N = 2350915$	2350915		3,8416
$P = 0.5$	0,5		
$Q = 0.5$	0,5		
$E = 0.05$	0,05		2350914
$Z = 1.96$	1,96		
Sustitución en la fórmula:			
$n =$	$\frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 2350915}{(2350915 - 1) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$		
$n =$	$\frac{3.84 \times 0.50 \times 0.50 \times 2350915}{2350914 \times 0.0025 + 3.84 \times 0.50 \times 0.50}$		
$n =$	$\frac{2257818,77}{5878,2454}$		
$n =$	384,0973992		

MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

Debido a que la población es bastante representativa y que la población para las áreas de los cuadrantes geográficos de Guayaquil, exceden más de 1000 habitantes, se utilizó el método de muestreo estratificado; una vez determinados los estratos, se aplicó a cada uno de ellos un muestreo aleatorio simple, aplicando una encuesta cuyo objetivo de la observación es obtener información de primera mano de los individuos que están en los diversos sectores y evidencian la problemática a través de una encuesta.

Análisis de mercado

La carencia de estadísticas confiables sobre el reciclaje de basura electrónica, impone la necesidad de utilizar cifras estimadas para el cálculo de la disponibilidad de materia prima en forma de residuos de aparatos y equipos electrónicos en el mercado para la planta.

El estimado se realiza tomando en cuenta cifras estadísticas de fuentes nacionales (ver anexos No. 4) sobre el promedio de basura electrónica producida por persona al año, las cifras nacionales de población actual en el país, en la provincia Guayas y en el cantón Guayaquil. Se utiliza la proyección de estas cifras por años, hasta el 2020, así como los resultados de los censos efectuados en cuanto a la tenencia de aparatos y equipos electrónicos, básicamente computadoras y teléfonos celulares y fijos.

Insumos

Para el estimado de los insumos se tomarán en cuenta las cifras poblacionales y las de tenencia de equipos mencionados.

La proyección de la población ecuatoriana por años⁸ se muestra en el cuadro No. 4

CUADRO No. 4
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, POR AÑOS.

LUGAR	AÑO				
	2014	2015	2016	2017	2018
Guayaquil	2.560.505	2.589.229	2.617.349	2.644.891	2.671.801
Guayas	4.024.929	4.086.089	4.146.996	4.207.610	4.267.893
Nacional	16.027.466	16.278.844	16.528.730	16.776.977	17.023.408

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INEC).

Elaboración: El Autor

Para estimar el número de equipos electrónicos disponibles como insumos de materia prima a nivel doméstico, que constituirán uno de los mercados a considerar, tomaremos como referencia el número de hogares a nivel cantonal, provincial y nacional. Las estimaciones considerarán solo los equipos de cómputo portátiles, los equipos de cómputo de escritorio, los teléfonos celulares y los teléfonos fijos. El Cuadro No. 5 muestra el número de equipos, por tipo. Para su determinación se toma en cuenta el porcentaje de hogares que poseen uno de esos equipos y que se resumen como sigue⁹:

Computadora portátil: 13,9%,

Computadora de escritorio: 26,4%

Teléfono celular: 81,7%

Teléfono fijo: 42,4%

CUADRO No. 5
CANTIDAD DE EQUIPOS ELECTRÓNICOS DISPONIBLES

Lugar	Hogares	Computadora		Teléfono	
		Portátil	De escritorio	Celular	Fijo
Guayaquil	671.408	93.326	177.252	548.540	284.677
Guayas	1.077.083	149.715	284.350	879.977	456.683
Nacional	4.654.054	646.914	1.228.670	3.802.362	1.973.319

Elaboración y Fuente: El autor

⁸ Proyección de la población ecuatoriana por años calendario. Según provincias y cantones 2010 – 2020. 2013. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Disponible en www.ecuadorencifras.gob.ec

⁹ Censo de Población y Viviendas 2010. Resultados provinciales. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Una forma alternativa para la estimación del número de equipos existentes es sobre la base de la población. Teniendo en cuenta que la cifra de población laboralmente activa (entre 15 y 64 años) con posibilidades de adquirir un computador o influir en la decisión de su compra es del 63% de la población total¹⁰, es posible estimar el número de computadoras existentes. De igual manera, conociendo que el 50,4% de la población (mayor de 5 años) tiene, por lo menos, un celular activado¹¹, es posible estimar el número de celulares existentes.

Si se considera una tasa de obsolescencia de 4% para las computadoras y 10% para los celulares, es posible realizar una valoración del número de equipos obsoletos en un año determinado o en un periodo.

El Cuadro No. 6 refleja el estimado de computadoras y celulares existentes y obsoletos para la provincia Guayas y en todo el territorio nacional.

CUADRO No. 6
CANTIDAD DE COMPUTADORAS Y CELULARES OBSOLETOS

	Población	Tiempo	Computadoras		Celulares	
	Total	> 5 años	Cantidad	Obsoletas	Cantidad	Obsoletos
Guayas	4.024.929	3.285.809	2.535.705	101.428	1.656.048	165.605
Nacional	16.027.466	14.340.667	10.097.304	403.892	7.227.696	722.770

Elaboración y Fuente: El autor

Las estadísticas más recientes de la Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel) dan cuenta de que al cierre de febrero del 2014 existe un total de 17'824,177 abonados¹² de telefonía móvil, distribuidos por proveedor como se muestra en el cuadro No. 7. Como se puede notar, Claro resulta ser el mayor proveedor para el mercado de abonados de telefonía móvil con un 67,8%, seguida de Movistar con el 29,1% y CNT EP con solo el 3,1%. Estas cifras producen un índice de penetración de la población de 111,2% para el caso de la telefonía móvil.

¹⁰ Aumento de población en edad productiva es una oportunidad histórica para el disfrute del Buen Vivir. Publicado en [Comunicamos, Noticias, Zona 9 – Matriz Quito](#) | Etiquetado [Aumento](#), [Buen Vivir](#), [disfrute](#), [edad](#), [histórica](#), [oportunidad](#), [población](#), [productiva](#) | [Deja una respuesta](#). 2014. Disponible en www.planificación.gob.ec

¹¹ Encuesta sobre Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC's) 2012. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

¹² Estadísticas de telefonía fija y móvil, acceso a Internet, cibercafés, televisión pagada y Servicios portadores. Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL). Disponible en http://www.supertel.gob.ec/index.php?option=com_k2&view=item&id=21:servicios-de-telecomunicaciones&Itemid=90

CUADRO No. 7
DISTRIBUCIÓN DE ABONADOS DE TELEFONÍA MÓVIL A NIVEL NACIONAL.

Operador	Abonados		Total	Mercado (%)	Índice de penetración
	Pregago	Pospago			
MOVISTAR	4.183.566	999.880	5.183.446	29,1%	
CLARO	9.769.871	2.313.391	12.083.262	67,8%	
CNT EP	333.153	224.316	557.469	3,1%	
Total			17.824.177		111,2%

Elaboración y Fuente: El autor

Las cifras de celulares existentes no deben coincidir exactamente con el número de abonados, pero sí puede ser tomada esta última cifra como una referencia, a pesar de que en algunos dispositivos se puede tener más de una línea. Muchas personas prefieren tener más de un celular y, en ocasiones, uno para cada proveedor del servicio; al menos uno para Claro y otro para Movistar (los más representativos). Salvando esas diferencias, si aplicamos el mismo índice de obsolescencia antes considerado en nuestros cálculos (10%) sobre el número de abonados, la cifra de celulares disponibles en el mercado nacional ascendería a 1'782,418, lo cual excede por mucho el estimado anterior (722,770). Ni siquiera asumiendo que todos los abonados tienen dos líneas en un mismo teléfono celular, las cifras coincidirían.

CONCLUSIONES

El vertiginoso ritmo de crecimiento de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (o basura electrónica) representa un grave problema ecológico cuya solución debe ser prioritaria en la agenda de gobierno.

La baja capacidad de gestión de las municipalidades y la escasa coordinación interinstitucional para hacer frente a la problemática del manejo y disposición de la basura electrónica se refleja en la falta de un plan estratégico que ofrezca respuesta adecuada a la sociedad.

La carencia de esquemas alternativos de gestión de residuos limita las condiciones en las que puede operar el inversionista, sea local o extranjero.

La ausencia de planes de desarrollo cultural que permitan sensibilizar a la población con el concepto representa un obstáculo para garantizar el manejo adecuado del reciclaje de estos productos.

La ausencia de un marco legal apropiado, con estructura intersectorial, y sin los instrumentos normativos de carácter técnico, dificulta la operación de las cadenas productivas del sector de reciclaje.

La creación de una empresa dedicada al reciclaje de algunas componentes (oro, plata y cobre) contenidas en la chatarra electrónica es viable y constituye una alternativa generadora de recursos sustentables.

RECOMENDACIONES

Incorporar a las prioridades de la agenda de gobierno la solución del problema del tratamiento de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.

Elaborar un plan integral de desarrollo de la industria de reciclaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos en Ecuador, articulado a los planes de desarrollo zonales, estableciendo las competencias y funciones de las diferentes instituciones involucradas.

Establecer el plan de acción general para el desarrollo de la cadena de valor de la industria de reciclaje de residuos de equipos y aparatos eléctricos y electrónicos.

Incorporar el tema del reciclaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos a los contenidos de los programas de estudio de todos los niveles de la educación.

Elaborar una propuesta de cuerpo legal que regule el reciclado de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, estableciendo la responsabilidad de fabricantes y comercializadores.

Establecer una tasa de reciclaje a los productos y aparatos eléctricos y electrónicos que sea pagadera al fabricante o distribuidor al momento que el consumidor adquiere el producto y sea pagada al reciclador de basura electrónica.

BIBLIOGRAFIA

1. Ecuador. *Constitución de la República del Ecuador*. Registro Oficial Nro. 449. 20 de Octubre, 2008.
2. Ecuador. *Ley de Compañías*. Registro Oficial Nro. 312. 5 de Noviembre de 1999.
3. Ecuador. *Ley de Gestión Ambiental*. Registro Oficial Nro. 245. 30 de Julio de 1999.
4. Ecuador. *Ley de Régimen Tributario Interno*. Registro Oficial Nro. 209. 14 de Diciembre 1989.
5. Fernández Protomastro Gustavo. *Minería Urbana y la Gestión de los Residuos Electrónicos*. Buenos Aires. Ediciones ISALUD. 2013
6. Hernández, Fernández, Batista et AL. *Metodología de la Investigación*. Mc Graw – Hill. Interamericana. Cuarta Edición. 2006.
7. Hernández Meléndrez, Edelsys. *Cómo escribir una tesis*. Escuela Nacional de Salud. La Habana. Cuba. 2006
8. Medina Martin. Ocho mitos sobre el reciclaje informal en América Latina. *Revista del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)*. Agosto. 2013.

9. Najjar Luis. *Desarrollo de Tecnología para el tratamiento de Residuos Urbanos*. Editora Cultural. México. 2012.
10. *Plataforma Regional de Residuos Electrónicos en Latinoamérica y el Caribe (Relac), Estadísticas*. Plataforma Regional de Residuos Electrónicos en Latinoamérica y el Caribe (Relac), 2012.
11. *Reporte Anual de Estadísticas sobre Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC's)*. 2011. Quito. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. 2011.
12. Silva Uca *Gestión de Residuos Electrónicos en América Latina*. Santiago de Chile. Ediciones SUR. 2009.

011. LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LA CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE. CASO CERRO PARAÍSO.

Autor:

Vanessa Lam Palacios

Directora de Educación Continua de Universidad Ecotec

Egresada de la Maestría de Dirección de Comunicación Empresarial

vanessa_lam_palacios@hotmail.com

Universidad Ecotec - Ecuador

Introducción y Antecedentes

De acuerdo a regulaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS), cada país y ciudad debe cumplir con un índice mínimo de áreas verdes de acuerdo a la cantidad de habitantes. En el caso particular de Guayaquil se requieren 7 metros cuadrados de áreas verdes por habitante, pero los resultados obtenidos luego del último Censo de Vivienda y Población del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), revelan que Guayaquil tiene solo 1,13 mts. cuadrados de espacios verdes (El Universo, 2012).

Es decir, Guayaquil tiene más de 7 puntos por debajo del parámetro idóneo de la OMS, lo que lo coloca en el grupo de ciudades del Ecuador con menor índice verde urbano.

Es por esto que desde hace algunos años se han incrementando espacios como parques y plazas. La construcción del Parque Samanes es prueba del intento por mejorar el índice de áreas verdes por habitante.

En enero del 2013 se inauguró la primera fase del Parque Samanes, considerado por sus promotores como el más grande de Latinoamérica. En la inauguración la ministra de la cartera de Estado declaró lo siguiente: “Gracias a esta obra se agregará aproximadamente 2,81 metros cuadrados de áreas verdes por persona a la ciudad de Guayaquil, con lo cual nuestra ciudad llegaría a aproximadamente 4 metros cuadrados por habitante” (Ministerio de Ambiente, 2011).

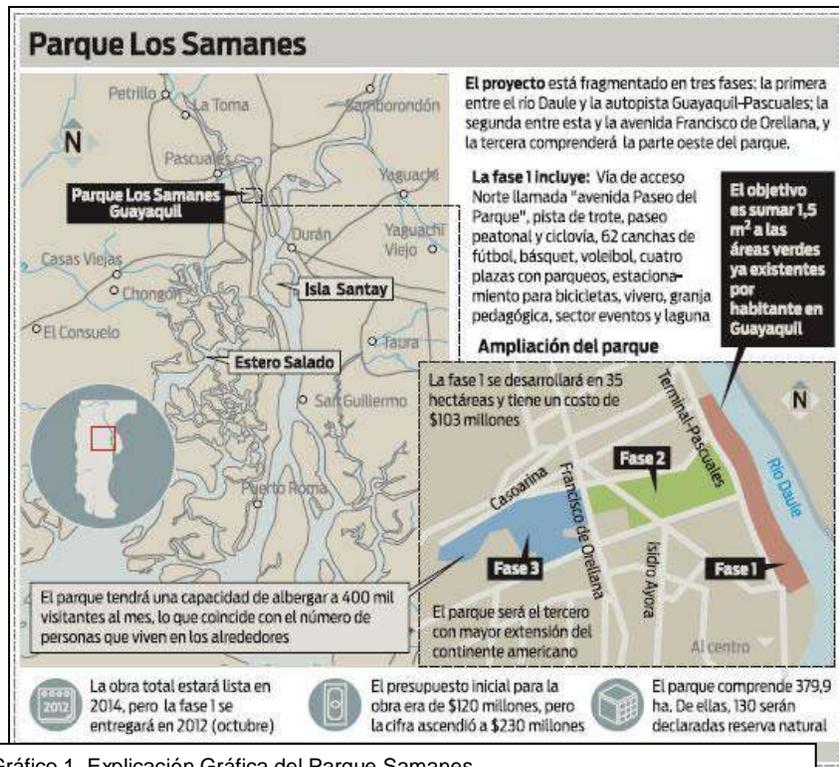


Gráfico 1. Explicación Gráfica del Parque Samanes
Fuente: Hoy. Elab. KAL/Diseño editorial/HOY

Es un lugar en el que se oferta más allá del esparcimiento, también atañe objetivos como la educación de sus usuarios. Como observamos en el gráfico 1, esta obra está sumando 1.5 metros de áreas verdes por habitante a la urbe.

Siendo esta la postura del Gobierno central con respecto a mejorar el índice verde urbano de Guayaquil, también se ve que se buscan la preservación de las áreas verdes declaradas como Protegidas, como el caso del Bosque Protector Cerro Colorado en Guayaquil, en donde se desalojó a invasores con construcciones ilegales con la finalidad de conservar este espacio protegido (MAE inspeccionó reforestación en Bosque Protector Cerro Colorado en Guayaquil, 2013).

Estos datos y acontecimientos muestran la importancia de realizar acciones que permitan devolver más aire a Guayaquil y antes de comenzar por la creación de nuevas áreas, se propone iniciar por el cuidado y valoración de los entornos que actualmente existen.

El Bosque Protector Cerro Paraíso

En medio de esta realidad se encuentra el Bosque Protector Cerro Paraíso, que está situado en medio de la urbe guayaquileña, rodeado de ciudadelas y al pie de una de las avenidas de más alto tráfico al norte de la ciudad como lo es la Av. Carlos Julio Arosemena.

Tiene una extensión de 299 ha. y junto al lugar se encuentra la ciudadela “El Paraíso” en donde viven alrededor de 2.500 personas. Las familias que viven al pie del cerro tienen opiniones divididas entre cerrar su acceso y mejorar sus instalaciones.

Entre las razones para pedir el cierre están: primero el abandono por parte de las instituciones responsables (Municipio de Guayaquil y Ministerio del Ambiente) para mantener el orden y aseo del lugar, y segundo la falta de seguridad en el mismo.

Siendo considerado un pulmón para la ciudad por parte de autoridades, los propios guayaquileños desconocen de su existencia y sus moradores cercanos perdieron el interés por cuidar y frecuentar las instalaciones.

Esa pérdida de interés por sitios como el Cerro Paraíso, nos lleva a apoyar el planteamiento de Esteinou (2000) sobre crear la cultura de la vida, en donde el hombre sea protagonista de la conservación de la naturaleza, una idea que se conecta a la de Prieto (2010) sobre las relaciones entre sujetos dispuestos a construir en común, que para el caso del Cerro Paraíso se convertiría en un eje principal de motivación para su conservación.

Esta acción conjunta es casi nula en el Cerro Paraíso, ya que necesita por ejemplo la constante limpieza del sector con la colaboración de ciudadanos y organismos de control para evitar incendios forestales, según comenta Mariuxi Ávila promotora de la organización Cerros Vivos y moradora del sector.

La excesiva maleza acumulada y la no presencia de lluvias causan episodios negativos no solo por la pérdida de especies animales que habitan el cerro, sino también para las familias que viven alrededor.

Otra evidencia de la problemática es por ejemplo los incendios registrados en el septiembre del 2011 y diciembre del 2012, con los que se perdieron hectáreas de bosque y se atentó la seguridad de quienes habitan alrededor. (Medina. K. (2011) y alarma por un incendio en el cerro El Paraíso (2012).

Además, todas las instalaciones están deterioradas, como se muestra en las fotos a continuación:



Gráfico 2: Cancha de Básquet – fotografía realizada en octubre del 2016.
Autor: Vanessa Lam



Gráfico 3: Cancha de fútbol – fotografía realizada en octubre del 2016
Autor: Vanessa Lam



Gráfico 4: Banca – fotografía realizada en octubre del 2016
Autor: Vanessa Lam



Gráfico 5: Ingreso principal a las canchas – fotografía realizada en octubre del 2016
Autor: Vanessa Lam

Luego de ver los gráficos comprendidos del número 2 al 5, se puede visualizar un problema real de desatención de las autoridades por este Bosque Tropical y la ausencia

de identificación de los moradores aledaños y de los Guayaquileños con respecto a los atributos, utilidad e importancia del Cerro Paraíso.

Esto pese a los trabajos que realiza el Grupo de Teatro de Artesanos (THAME) con su programa “Cerros Vivos”, a través del cual incentivan a la ciudadanía a rescatar espacios verdes y la cultura de sus habitantes, como lo mencionan en su misión:

“Crear experiencias de vida en contacto con la naturaleza mediante manifestaciones eco-culturales, deportivas y de recreación”, (THAME, 2010).

Estos eventos eco-culturales se vienen ejecutando, pero el punto está en que no logran el interés de autoridades y medios de información, así como la de la ciudadanía guayaquileña.

Para Rapisardi (2013), consultora de proyectos que vinculan el arte & empresa, el arte propicia el desarrollo global de los individuos, así como la cultura permite la transmisión del conocimiento y si logramos que se genere una nueva cultura de conservación de medios ecológicos, los individuos lograrán ser embajadores de la protección de entornos como el Cerro el Paraíso.

El arte como vehículo comunicacional también permitirá sensibilizar al entorno sobre su accionar directo en estos temas, a un involucramiento ya no individual sino colectivo y que se contagie. Utilizar el arte para humanizar una marca y la responsabilidad como individuo, es una forma acertada para estos casos.

Marco teórico referencial

“La cultura eleva al individuo. Quiebra el estereotipo y propone una nueva mirada”, (Rapisardi, 2013, p.11).

Además dentro del Paradigma del Siglo XXI de Costa (2009, p.125) el elemento cultural rige como actor de transformación activo y viviente de la identidad. La Cultura para Costa se nutre de elementos como los hechos, la conducta y las relaciones.

Si se logra distinguir como sociedad a través de la cultura, se podrá tener un país diferente al resto de países en el mundo y quebrar ese estereotipo del que Rapisardi (2013).

Se considera una herramienta para comunicar a la cultura y crear consciencia de conservación es a través del arte, utilizándolo como vehículo para sensibilizar al

individuo sobre su accionar directo en estos temas, a un involucramiento ya individual y colectivo.

Hooff, H. (2013) plantea que se debe construir un futuro sobre valores comunes a la humanidad, uno creado a la medida de las personas y por las personas que permita su pleno desenvolvimiento y participación en la creación y aplicación de medidas de desarrollo.

Pero este modelo de desarrollo también debe de ser equilibrado y dirigido a mejorar la calidad de vida, además de sostenible para que las generaciones futuras puedan seguir disfrutando de los recursos que tenemos hoy.

“Ese modelo de desarrollo no es posible si la cultura, entendida como producto y, sobre todo, como herramienta facilitadora de procesos humanos de adquisición de conocimiento, de diálogo y cooperación, no se considera un pilar esencial del desarrollo sostenible.” (Hooff, 2013, p.1)

Mirar a la cultura como el pilar del desarrollo para vivir bien, reforzar la identidad y el desarrollo constante es algo que permitirá un beneficio armónico para las comunidades y las naciones.

Hooff, H. (2013, p.1) asegura que la cultura puede transformar el contexto local a favor de un cambio económico, medioambiental y social equilibrado.

“La cultura es un proceso activo mediante el cual los grupos humanos responden a sus necesidades colectivas presentes, involucra la lengua, los valores, las conductas, las normas e instituciones; las memorias personales y colectivas que dan sentido y sin las cuales no hay existencia humana; los saberes y capacidades humanas.” (Hooff, 2013, p. 29).

Ecología Urbana

Despertar la conciencia humana frente a la relación directa que tiene en su entorno no es tarea fácil, de hecho los pasos que se deben crear desde la comunicación requieren de planificación, estrategia, gestión oportuna y el conocimiento de la conducta individual y colectiva.

En Ecuador existen varias áreas verdes protegidas y espacios declarados como patrimonio natural. Una de las estrategias del gobierno central es dar a conocer estos

patrimonios entre los ecuatorianos como inicio del camino hacia la responsabilidad ecológica.

Esta primera parte de generar conocimiento, partir desde el saber es tan solo el principio de un gran plan estratégico que debe dirigirnos hacia la valoración del entorno natural.

Según Solari (2007, pp.73), afirma que es una ilusión pensar que los públicos tomen conciencia del problema, lo asuma y actúe en consecuencia, ya que su naturaleza requiere de un trato más acorde a sus necesidades comunicacionales. Solari (2007, pp.75) también menciona que no se debe abordar la comunicación desde el problema, ya que ocasiona que el público huya del mismo impidiendo generar un vínculo entre el mensaje y el público.

Es aquí cuando se comienza a mencionar uno de los ingredientes más importantes de esta realidad social, la creación de vínculos.

Para Domench (2010), la problemática del medio ambiente es un gran desafío en esta época y propone lo siguiente: “El para qué de la educación-concientización ambiental lo encontramos cuando analizamos la relación establecida entre los tres pilares básicos del hábitat: la persona individual, la comunidad y la naturaleza” (Domench, B., 2010, p. 190)

Esta conciencia comienza con el primer paso mencionado líneas arriba, el proceso de informarse. Según Domench (2010) la vinculación se puede lograr con procesos comunicacionales que generen la participación de la comunidad y su compromiso con el medio ambiente:

“La participación ciudadana en estos temas es el más eficaz método de control social...si la población no tuvo posibilidad de informarse y debatir sobre el tema jamás podrá peticionar sobre lo que ignora, situación que la enmudece frente a los acontecimientos, que terminan por resultarle ajenos ya que los desconoce por completo.” (Domench, B., 2010, p. 192)

La sustentabilidad también aparece como tema central para la ecología urbana y para Ferrari y França (2011) éste abarca más que el concepto de responsabilidad social, al buscar la sinergia entre tres pilares: las personas, el medioambiente y lo económico. “La sustentabilidad no es un dogma ni un discurso retórico o fórmula mágica. Es un proceso inteligente y autoorganizativo en constante desarrollo” (Ferrari y França, 2011, p. 155).

En 1987 el informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas exhortó a la humanidad a que asegure el desarrollo sustentable haciendo frente a las necesidades actuales sin comprometer las necesidades futuras, dando por sentado la importancia de generar conciencia humana ante los recursos que tenemos.

Como también lo dice Costa (2007), las prácticas de buen gobierno corporativo son guiadas actualmente por un sentido humanístico: la responsabilidad social, la conducta ética, la construcción de una imagen pública notoria y valorada y una sólida reputación institucional, incluso más allá de los públicos de interés recíproco.

Otro factor interesante es saber comunicar desde el principio de la diversidad y la diferencia de los públicos como lo comenta Prieto (2010), que resalta la riqueza en el aporte de las diferentes miradas que los individuos dan en respuesta a la comunicación emitida. Prieto afirma la importancia de comunicar teniendo en cuenta la amplia gama de miradas y abrir espacios para que se manifiesten con acciones en esa orientación.

“Construir desde la diversidad y la diferencia significa para la práctica de la comunicación educativa una capacidad de reconocimiento del otro, de escucha y de interacción” (Prieto, C. 2010, p. 58).

Por lo tanto estamos ante factores importantes para generar conciencia por la ecología urbana: la generación de vínculos no desde el problema sino desde el involucramiento particular y colectivo, la educación para la información oportuna, la generación de una comunicación para la acción y tener en cuenta la variedad de las audiencias.

El Colaborativismo y los lazos comunicacionales

Los públicos generan una imagen de un hecho desde su experiencia directa con aquel hecho. Su juicio de valor se mide en función del nivel de vínculo que se generó y las motivaciones que se despertaron.

No solo es saber llegar a la parte lógica de la utilidad del discurso en los públicos, sino también de tocar las redes afectivas para lograr esa vinculación que proporcione compromiso y colaboración permanente.

Para cualquier intervención Díaz (2010) afirma que se debe planificar la dimensión vincular, la explicitación de las problemáticas de interacción, la intervención comunicacional que facilite el diálogo y las propuestas para generar entendimientos mínimos de convivencia.

Es de aquí que surge la propuesta de la educomunicación, una práctica social que vincula la educación y la comunicación, que se podría recalcar en la lógica de utilizar las herramientas educativas para comunicar significados, símbolos, materia en común con nuestros públicos.

Una educación que permita generar voluntariamente el compromiso con su entorno, “así como la música requiere de un tiempo de estudio y disciplina de trabajo para gozar del arte, la solidaridad se ejercita en un quehacer planificado que permite disfrutar ese tránsito de corazón a la acción con otros/as en pos de un mundo más justo y solidario (Brizuela, 2010, p.162).

Así también Brizuela afirma que ser solidario es el trasfondo del accionar del voluntario y que es un trabajo mancomunado, cooperativo y es el que fortalece los vínculos y los potencia en su concreción de proyectos sociales.

Pero Rinaldi (2010) va más allá, al plantear lo inter-comunitario que es la institucionalización de las acciones voluntarias, es decir, darle una forma socialmente sólida y una identidad seria a las motivaciones que surgen espontáneas e individualmente.

Conclusión: Valorar para vincular

La valoración en la comunicación corporativa es una dimensión de la imagen, es decir, un intangible importante para la vinculación de las personas a proyectos de instituciones y empresas.

Todo esto comienza primero para la autovaloración del individuo frente a su saber y experiencia ante cualquier tema como lo menciona Prieto (2010, p.54), manifestando que generar valor es producto de un largo proceso de construcción, requiriendo de espacios permanentes abiertos de interacción y expresión.

Ya que como dice Costa (2009) los actos y los mensajes no se presentan al público en orden, se debe planificar estratégicamente cada paso, algo que ratifican Vargas y Uranga (2010) al mencionar que las prácticas sociales y las actividades comunitarias necesitan un orden y una planificación. Se involucra un ingrediente más que es la gestión, que para Vargas y Uranga es hacer posible un rumbo y alcanzar una meta.

Según Costa (2009) la Imagen inyecta identidad, personalidad y significados propios y exclusivos, es lo único que agrega valor duradero a todo cuanto hace la empresa. Si la

imagen es el resultado en el tiempo de las percepciones y de experiencias por parte de los públicos ante las comunicaciones, relaciones e interacciones de ellos con la empresa, entonces debemos trabajar primero en esa comunicación, relación e interacción.

Ciertamente para comunicar algo se debe partir desde una necesidad de los públicos que originan esa relación, por tanto, debe existir algo para comunicarlo, debe tener una identidad que permita a los públicos reconocer rasgos diferenciadores en productos y servicios. Al hablar de identidad podemos mencionar su construcción en 5 vectores como lo explica Costa (2009): identidad verbal, visual, ambiental, cultural y ambiental.

“Casi todas las organizaciones...buscan símbolos que inspiren sentimientos de confianza, bienestar y simpatía”, (Cervera, A. 2008. P. 104).

Para Cervera (2008), se debe crear una identidad para generar una imagen propia, clara, atractiva, de fácil memorización y gran poder distintivo.

Esta identidad debe estar acompañada de una comunicación con contenido que genere espacios de encuentro, “el desafío de multiplicar los diálogos” (Véliz. F., 2011, p. 30)

La razón de ser de toda institución o empresa es la búsqueda permanente del vínculo con sus públicos, “la comunicación es el eje que permite vincular la actividad productiva de una organización con las realidades de sus diferentes públicos internos y externos” (Larrea, 2008, p. 10). En este sentido se está intercambiando no solo información, sino sobre todo símbolos y significados.

Es por eso que la primera fase para crear valoración y vinculación será la de poner en común esos símbolos y significados que viven en la cultura. Se busca comunicar para hacer partícipes a los individuos de una realidad como la del Cerro el Paraíso.

Se debería diseñar una campaña de comunicación, que permita la educación de los guayaquileños en la conservación y cuidado del bosque protector Cerro Paraíso.

Además de determinar el rol que cumple la comunicación en la conservación y cuidado del medio ambiente, se deberá investigar la percepción que se tiene del cerro por parte de los públicos estratégicos, para crear una campaña de comunicación para el cuidado y conservación del cerro.

REFERENCIAS

Alarma por incendio en cerro El Paraíso (2012, 25 de sept). Guayaquil: redacción judicial de diario PP. Recuperado de

<http://www.ppelverdadero.com.ec/judicial/item/alarma-por-incendio-en-cerro-el-paraiso.html>

Bastidas, A., Palacios, M., Medinda, W. y Carvache, W. (s.f). Propuesta para la Creación de un Centro de Facilitación Turística y adecuación del Sendero Existente en El Mirador de la Ciudadela El Paraíso de la Ciudad de Guayaquil. Guayaquil: Revista Tecnológica ESPOL Vol. Xx, N. xx, pp-pp (Mes, 200x).

Recuperado de:

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6394/1/Propuesta%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20un%20centro%20de%20facilitaci%C3%B3n%20tur%C3%ADstica.pdf>

Brizuela, M. I. (2010). El Voluntariado y las distintas concepciones en las organizaciones.

G. Cicalese (Ed.), *Comunicación Comunitaria*. (162-167). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Cervera, A. (2008). *Comunicación Total* (4ta ed.) Madrid: ESIC.

Costa, J. (2007). *El Dircom Hoy*. (1era ed.). Barcelona: Costa Punto Com.

Costa, J. (2009). *Imagen Corporativa*. (4ta. ed.). Buenos Aires: La Crujía.

Cientos de guayaquileños gritaron orgullosos “Yo inauguré el Parque Samanes (2013, 29 enero). Web site Ministerio de Ambiente. Recuperado de:

<http://www.ambiente.gob.ec/cientos-de-guayaquilenos-gritaron-orgullosos-yo-inaugure-el-parque-samanes/>

Domech, M.B. (2010). Medioambiente y comunicación comunitaria. G. Cicalese (Ed.), *Comunicación Comunitaria*. (190-192). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Esteinou, J. (2000). Ecología, medios de comunicación y cambio de conciencia humana. *Razón y Palabra, volumen se (18)*, 83 párrafos. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18jesteinou.html>

Ferrari, M.A. y França, F. (2011). *Relaciones Públicas Naturaleza, función y gestión en las organizaciones contemporáneas*. (1era ed.). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Grupo THAME. (2011, 10 de julio). *Quienes Somos*. Cerros Vivos. Recuperado de <http://cerrosvivos.blogspot.com/p/quienes-somos.html>

Hooff, H. (2013). *Cultura y Desarrollo en la Agenda Post 2015. La Habana: oficina regional de Cultura de la Unesco para América Latina y el Caribe*. Recuperado de http://www.unesco.lacult.org/docc/CyD_9_es.pdf

Jorgense y Fath (2006). *Los principios de la ecología. Análisis de la teoría de ecosistemas*. Primer congreso iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación CTS+I.

Recuperado de <http://www.oei.es/memoriasctsi/mesa7/m07p11.pdf>

Larrea, J. (2008). *Apuntes del Dircom* (1era ed.). Buenos Aires: Ediciones Dircom.

Luchessi, L. (2010). *Comunicación, agendas y procesos de intervención en contextos digitales*. G. Cicalese (Ed.), *Comunicación Comunitaria*. (67-76). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

MAE inspeccionó reforestación en Bosque Protector Cerro Colorado en Guayaquil (2013, 11 de noviembre). Guayaquil: web site del ministerio de ambiente. Recuperado de

<http://www.ambiente.gob.ec/mae-inspecciono-reforestacion-en-bosque-protector-cerro-colorado-en-guayaquil/>

Medina, K. (2011). *Ardió el cerro Paraíso*. Guayaquil: diario Extra. Recuperado de <http://www.extra.ec/ediciones/2011/12/13/cronica/ardio-el-cerro-paraiso/>

Prieto, D. (2010). *En torno a principios de la comunicación educativa*. G. Cicalese (Ed.), *Comunicación Comunitaria*. (51-66). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Rapisardi, M.F. (2013). *El Arte Humaniza la marca: investigación*. Argentina: Grupo Dircom. Recuperado de

<http://www.revistadircom.com/archivos/el-arte-humaniza-la-marca.pdf>

Rinaldi, L. (2010). *Hacia una comunicación institucionalizadora en base comunitaria*. G.

Cicalese (Ed.), *Comunicación Comunitaria*. (127-136.). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Solari, F. (2007). *Lazos Comunicantes* (1ª. Edición). Buenos Aires: Granica.

Tejada, F., Velasteguí... Osorio, V. (2011). *Evaluación del uso recreativo del mirador Cerro Paraíso Bellavista*. Guayaquil: Repositorio de la Escuela Superior Politécnica del Litoral. Recuperado de: <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/16602>

Vargas, T., Uranga, W. (2010). Gestión de procesos comunicacionales. Una estrategia de intervención. G. Cicalese (Ed.), *Comunicación Comunitaria*. (77-94). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Vega, R. (2010). La Dimensión vincular y motivacional. El juego Teatral de la acción a la reflexión. G. Cicalese (Ed.), *Comunicación Comunitaria*. (181-183). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Véliz, F. (2011). *Comunicar* (1era. Edición). Barcelona: Gedisa.

Diario El Universo, J. (2012, 24 sep.) Guayaquil, una ciudad de cemento que desplazó al bosque seco tropical. *Diario El Universo*. Recuperado de <http://especiales.eluniverso.com/otroguayaquil/guayaquil-una-ciudad-de-cemento-que-desplazo-al-bosque-seco-tropical/>

Zeccheto, V. (2010). La Educomunicación y sus horizontes. G. Cicalese (Ed.), *Comunicación Comunitaria*. (95-106). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

012. PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE, Y DESARROLLO SOSTENIBLE PARA PEQUEÑOS AGRICULTORES DEL ECUADOR MEDIANTE EL CULTIVO DE PIÑÓN .

Autor:

MBA. Guido Poveda Burgos

guido.povedabu@ug.edu.ec

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Resumen

El presente estudio tiene la finalidad de proponer el cultivo de Piñón como una propuesta para el desarrollo sostenible de pequeños agricultores en el Ecuador rescatando y desarrollando nuevas alternativas de producción para pequeños productores de zonas secas. Además, se evidencia la oportunidad de desarrollar nuevas investigaciones y estudios complementarios para fortalecer la capacidad productiva de los agricultores marginales.

Se logra determinar que los pequeños agricultores son actores claves en la búsqueda de un modelo de desarrollo agrícola más influyente y sostenible desde un punto de vista social y ambiental, ya que su gran número hace que los pequeños agricultores merezcan una atención específica para no dejarlos solos en el camino en los esfuerzos que se puedan desplegar para alcanzar un desarrollo sostenible.

De la misma manera, se ha podido determinar las principales dificultades que afrontan los pequeños agricultores, y, una serie de recomendaciones de políticas para aprovechar su posible contribución a la producción y el comercio sostenible de productos básicos.

Además, el desarrollo del presente trabajo permite conocer los beneficios que tiene el piñón como es la extracción de aceite que permite producir biocombustible que es fuente de energía limpia y así poder mejorar la calidad de vida de los pequeños Agricultores del Ecuador, y salvaguardar el medio ambiente.

Palabras clave: Desarrollo sostenible, alternativas de producción, capacidad productiva, desarrollo agrícola, biocombustible, medio ambiente.

Abstract

This study aims to propose cultivation Pinion as a proposal for the sustainable development of small farmers in Ecuador rescuing and developing new production alternatives for small farmers in dry areas. In addition, it evidences the opportunity to develop new research and further studies to strengthen the productive capacity of marginal farmers.

It is possible to determine that small farmers are key players in the search for a model most influential and sustainable agricultural development from a social and environmental perspective, since their large number makes small farmers deserve specific attention to not leave them alone on the way in efforts to be deployed to achieve sustainable development.

Similarly, it has been possible to determine the main difficulties faced by small farmers, and a series of policy recommendations to harness their potential contribution to sustainable production and trade of commodities.

Furthermore, the development of this paper explains the benefits that the pinion as oil extraction that can produce biofuel that is a source of clean energy and thus better power quality of life of small farmers in Ecuador, and safeguard the environment.

Keywords: Sustainable development, alternative production, production capacity, agricultural development, biofuel, environment

Introducción

Ecuador es un país muy diverso, que alberga una infinidad de plantas autóctonas escasamente estudiada, una de ellas es la *Jatropha curcas* L., conocido como Piñón o Tempate, que se encuentra desde el nivel del mar hasta los 1500 metros, es un arbusto caducifolio que pertenece a la familia Euphorbiaceae originario de Mesoamérica. Los frutos son cápsulas elípticas, de color amarillo con 2 a 3 semillas por fruto.

Este arbusto crece en varias zonas de la provincia de Manabí, e incluso se evalúa sistemas de siembra, asociación de cultivos y fertilización en las provincias de Santa Elena y Guayas, mencionando además que en la Provincia de Manabí, los agricultores usan el piñón como cerca viva, y tradicionalmente sus frutos tienen múltiples usos domésticos, como es fabricar jabones caseros, los mismos que son innovadores y a la vez podrían ser expuestos en los mercados nacionales, generando ingresos a los agricultores desarrollando así, una provincia sustentable de su producción.

Sin embargo, desde el año 2010 el Instituto Nacional Autónomo de Investigación (INIAP), impulsa un proyecto que convierte el aceite de esta semilla en biocombustible para crear energía limpia para las islas Galápagos, esto se debe a que la composición química del aceite de piñón y el diésel son similares, por lo que éste se convierte en una alternativa para reemplazar el combustible fósil.

La producción de biocombustibles tiene el potencial de disminuir emisiones de gases de efecto invernadero, las que se pueden vender en el mercado internacional por medio del Mecanismo de Desarrollo Limpio (MDL), especificado en el Protocolo de Kyoto.

Cabe recalcar que El Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), regalo en el año 2015 estacas y alambre a los agricultores de Manabí para incentivarlos a seguir produciendo piñón, el mismo que en la búsqueda de soluciones tecnológicas innovadoras en el campo de la Agroenergía, inició la domesticación de la planta de Piñón (*Jatropha curcas* L) y el desarrollo de tecnologías del cultivo, no solo con la finalidad de producir biocombustibles, que son recursos renovables y de menor grado de contaminación que el diesel fósil; sino para que la explotación comercial de esta especie, permita ampliar el grado de ocupación del sector rural y mejorar los ingresos y nivel de vida de los productores. Además de, contribuir a la conservación del medio ambiente mediante la forestación de áreas desprotegidas. (INIAP, 2015)

Desarrollo

El maltrato al medio ambiente es directamente proporcional con el agotamiento de las reservas mundiales de petróleo del cual se obtienen los combustibles de mayor uso en la actualidad como son el diésel y la gasolina, así como la contaminación causada por el uso de este tipo de combustibles y la fluctuación en los precios de los mismos, ha ocasionado que en los últimos años se hayan incrementado los esfuerzos por la búsqueda de otros tipos de combustibles.

Los biocombustibles de mayor uso en la actualidad son el etanol y el biodiesel. El etanol se emplea en sustitución de la gasolina y se produce a partir de plantas ricas en azúcares y almidones como la caña de azúcar, el maíz y el sorgo entre otros. El biodiesel se produce con el aceite obtenido de las semillas de plantas como el piñón, la higuera, la soya y la palma de aceite, entre otras y se emplea en mezcla con el diésel, (Díaz Fuentes, 2016).

Las semillas contienen entre 30% y 37% de aceite. Tanto el aceite como la torta son tóxicos y no son aptos para consumo animal por su contenido de curcuma, una proteína tóxica, existen variedades no tóxicas o que contienen un bajo nivel de toxinas; en ese caso, la torta se podría usar para consumo animal, pero existe cierta resistencia a su consumo en el mercado de alimentos para animales⁵.

Entre otros usos, la planta se ha utilizado tradicionalmente como barrera contra la desertificación, recuperación de suelos degradados y cercas vivas.

Tipos de suelo:

Los más aptos son suelos franco arenosos o arcillo arenosos, livianos, ventilados y bien drenados. El piñón, también conocido como tempate, no tolera suelos inundables o pesados. El rendimiento del cultivo responde bien al uso de fertilizantes orgánicos o químicos cuando las condiciones del suelo son pobres⁶.

Puede crecer en suelos con un pH entre 4.5 y 6.5; sin embargo, algunas fuentes no recomiendan suelos ácidos (pH < 4.5 – 5.55) ni alcalinos > (pH > 8.5).

Requerimientos de agua:

El piñón puede crecer con una precipitación anual entre 250 mm y 2000 mm. Sin embargo, se considera necesario un mínimo de 600 mm para la producción de frutos y un rango mínimo de 800-1000 mm y un máximo de 1200-1500 mm, bien distribuidos durante el año, para la producción en condiciones ideales. En condiciones de poca precipitación se puede utilizar irrigación.

Clima:

El piñón crece desde regiones tropicales muy secas hasta bosques lluviosos y en la mayoría de subtrópicos. Muchos estudios establecen que la temperatura adecuada para el cultivo es entre 18 y 28.5 grados centígrados.

Arquitectura del cultivo:

Se propaga por semilla o estaca, pero se recomienda la primera pues las plantas resultantes bajo el método por estaca tienen una vida más corta y menor fuerza ya que sólo se generan raíces laterales.

En algunos casos se recomienda el cultivo en asocio con maíz, tomate, pimiento, etc. Este sistema se recomienda cuando las plantaciones se establecen en laderas⁸ y se aplica únicamente en parcelas pequeñas o familiares. Pero, en grandes extensiones comerciales, es necesario plantarlo como monocultivo, especialmente por las implicaciones en las labores agronómicas.

Cosecha:

El fruto se recolecta cuando está verde amarillento y, generalmente, contiene 3 semillas. El Piñón empieza a producir después de los 6 meses de sembrado y llega a su grado óptimo de producción a los 4-6 años.

Se han comenzado experimentaciones para la mecanización parcial de la cosecha a través de métodos de agotamiento, las que, por el momento, se encuentran en fase de desarrollo. La fragilidad de la planta y el florecimiento continuo dificulta este proceso ya que en una misma rama existen frutos maduros en la base, frutos verdes en medio y flores en el tope.¹

Valor nutricional:

Se calcula que 100 gramos de piñones contienen 221 calorías, además de ser una buena fuente de proteínas, lípidos e hidratos de carbono.

¹ Es importante destacar que el piñón manso es una planta que puede ser muy útil para el pequeño productor, ya que las cosechas son manuales; en un ciclo de cultivo, la cosecha se inicia en los meses de noviembre-diciembre hasta mayo-junio.

Respecto a su valor energético este es muy similar al que se cosecha en Europa, aunque en investigaciones recientes se ha podido comprobar una alta concentración de almidón, elemento esencial para la producción de energía en el metabolismo, además de la fibra dietética que ayuda al sistema digestivo y a la prevención de enfermedades intestinales y cardíacas.

Otra de las características de los piñones es su contenido en zinc, favorece la formación de los huesos, también son beneficiosos para la próstata, favorece la absorción de la vitamina A y de proteínas como el colágeno. Es un alimento muy aconsejable para la etapa de crecimiento (infancia y adolescencia), así como para mujeres embarazadas y ancianos. Es un gran antioxidante natural.

Su aporte en vitaminas es amplio; Vitamina E, que ofrece propiedades antioxidantes protegiendo las células, al sistema inmune, sistema nervioso y sistema cardiovascular evitando la destrucción de glóbulos rojos y la formación de trombos.

La vitamina B1 (tiamina), participa en la absorción de glucosa por parte del cerebro y del sistema nervioso, la falta de esta vitamina provoca cansancio, lentitud mental, falta de coordinación, procesos depresivos. También influye en el mantenimiento de los sentidos y de la piel.

El aporte de fósforo favorece el desarrollo de huesos y dientes, y el rendimiento intelectual y la memoria. Son muy aconsejables tras el parto ya que favorece la secreción de la leche materna.

El piñón tiene un alto contenido en fibra por lo que favorece la eliminación de sustancias nocivas y participa en la eliminación de ácidos grasos y glucosa en la sangre y de agentes cancerígenos.

Por ser uno de los alimentos naturales más rico en hierro contribuye a la renovación de las células sanguíneas, posibilitando el transporte de oxígeno a los diferentes órganos incluido el cerebro.

El hierro refuerza las defensas frente a los microorganismos incrementando la resistencia a enfermedades.

La concentración de hierro en este alimento previene y combate los estados de anemia y fatiga. Por lo que es muy beneficioso su consumo en aquellas personas con carencia de hierro con hábitos alimenticios inadecuados, embarazadas, recién operadas, durante la menstruación.

En conclusión es idóneo el consumo de piñones para el adecuado crecimiento y desarrollo, favoreciendo las funciones inmunológicas, enzimáticas, homeostáticas, estructurales y defensivas. (Gonzalo , 2013)

El piñón una alternativa de cultivo

Continuando sobre el desarrollo de la presente investigación mediante indagaciones propias, se deduce que el piñón (*Jatropha curcas* L) es un arbusto perenne que se desarrolla en zonas secas, debido a que soporta largos periodos de sequía, adaptándose a terrenos degradados de baja fertilidad que no son apropiados para otros cultivos; en áreas húmedas y terrenos fértiles también se puede producir adecuadamente.²

Se ha considerado a esta especie como una alternativa de cultivo en la agricultura familiar de los pequeños agricultores en Ecuador, la cual se encuentra en zonas marginales secas del mismo, teniendo una gran importancia para la producción de biocombustibles, cabe recalcar que el aceite que contienen los granos puede ser usado como biocombustibles solo o transformado en biodiesel.

Para poder domesticar esta planta que es usada como cerca viva, cuyos granos tradicionalmente han sido utilizados en la fabricación de jabones caseros, Es importante recalcar que el INIAP está desarrollando un amplio programa de investigación con la finalidad de obtener variedades y tecnologías adecuadas para la producción agronómica, procesamiento e industrialización de sus semillas, de donde se extrae aceite para biocombustibles. (INIAP, 2008)

Alternativa para el desarrollo sostenible y protección del medio ambiente

El cultivo del piñón tiene una alternativa viable para el desarrollo sostenible de los pequeños agricultores en el Ecuador en las provincias de Manabí, Guayas, Santa Elena, Los Ríos y Loja, sin embargo es en la Provincia de Manabí donde el cultivo del piñón tiene una alta demanda e incluso el INIAP aporta con un proyecto innovador que es el de extraer el aceite de este fruto para biocombustibles para las islas Galápagos.

El Piñón puede multiplicarse por semillas o por estacas. La siembra puede ser directamente en el campo o por plántulas producidas en viveros y trasplantarlas con 30 o 45 días de edad. La germinación de la semilla tarda de 6 a 10 días. (MAGAP, 2016)

Por lo tanto, siendo el piñón una planta que crece en condiciones adversas de humedad y fertilización, es una excelente alternativa de uso para tierras marginales secas donde generalmente no se puede sembrar otros cultivos por el déficit hídrico que ocasionan las escasas lluvias y la falta de fuentes de agua para sistemas de riego; además, que el desarrollo de este tipo de cultivo serviría como una fuente de trabajo familiar, fomentando la agroindustria comunitaria en el proceso de extracción y uso de los subproductos, dándole valor agregado a este tradicional producto. (VARGAS, 2011)

² Una de las principales ventajas del piñón es que su utilización no compite con los aceites de uso humano como, por ejemplo, girasol, canola, soja, entre otros, pues su aceite es tóxico y es exclusivo para uso en maquinarias (biodiesel).

Mediante el cultivo del piñón, se trata de dar un paso para la producción de combustible de aceite de piñón sostenible y de esta manera los pequeños agricultores reciban beneficios.

El piñón se constituye en un ingreso adicional para los agricultores ya que mencionado anteriormente, crece en las cercas de sus propiedades, con un trabajo familiar de recolección, lo cual pueden acopiar lo suficiente para generar dinero adicional al venderlo, mejorando así la economía de los pequeños agricultores, en especial en momentos de crisis es de gran ayuda, este cultivo puede beneficiarse mucho a nivel mundial ya que cada vez se descubren más usos y propiedades para su aprovechamiento, cabe recalcar que además de generar aceite, que sirve de combustible limpio, se ha visto su utilidad para la fabricación de jabones, su función como bioplággida, usos para la cáscara y más. (El Productor , 2016)

Entonces, como desarrollo sostenible económico a través del cultivo del piñón, impulsa a los pequeños agricultores, al cultivo del mismo ya que con ello trae beneficios para los mismo como es el ingreso de dinero, teniendo con esto una propuesta viable para el desarrollo ambiental que es uno de los principales beneficios de este fruto, como es la extracción del aceite para biocombustible es decir, un aceite ecológico promoviendo con esto la protección del medio ambiente.

Pequeños agricultores y recolectores del aceite de piñón proveerán electricidad a las islas Galápagos

Este arbusto crece en varias zonas de la provincia del Guayas y Manabí, y, sus frutos tienen múltiples usos domésticos, pero desde el 2010, el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) impulsó un innovador proyecto, el mismo que investigó este cultivo con la finalidad de obtener variedades y tecnologías adecuadas para la producción, procesamiento e industrialización de sus semillas, el cual convierte el aceite de las mismas en biocombustible para crear energía limpia para las islas Galápagos. (MAGAP), ya que dicho proyecto beneficia a la región insular y a los agricultores manabitas, por lo que se pide cultivar más, pues el producto tiene buen precio.

En el año 2011, en el sector de la provincia de Manabí, llegaron técnicos de Nicaragua, Honduras, Perú, Colombia y de la Cooperación Alemana con el objetivo de plantear y motivar a los agricultores en la siembra del piñón, ya que en las Islas Galápagos se está planteando el proyecto que es cero combustibles fósiles para el año 2017, por ende es un arduo trabajo que hay que hacer en el continente. (LA HORA , 2011)

También, en el año 2015, el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), regalo estacas y alambre a los agricultores de Manabí para incentivarlos a producir piñón, de tal manera que mediante la producción del mismo, a través de la venta, ya sea por la extracción del aceite o la realización del jabón

casero, podrán obtener ingresos lo cual le permitirá poder satisfacer parte de sus necesidades básicas.

Es importante acotar, que uno de los pequeños Agricultores, aportan que mediante el cultivo del piñón les va bien, ya que el piñón antes era prácticamente desperdiciado, pero ahora permite un ingreso extra familiar.

El proyecto Piñón se realiza con la intervención del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), Ministerio de Energía, Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), cuyas instalaciones opera en la provincia de Portoviejo. El combustible se usa para generar de forma no contaminante electricidad en islas como Floreana en Galápagos. Esto se debe a que la composición química del aceite de piñón y el diésel son similares, por lo que éste se convierte en una alternativa para reemplazar el combustible fósil. (El Productor , 2016)

El impacto esperado del proyecto es contribuir a reducir el consumo de diésel para la generación de electricidad en las islas Galápagos al mismo tiempo que se mejora el desempeño económico de la cadena de proveedores (pequeños productores/recolectores) de materia prima para la producción d biocombustible.

Cabe recalcar, que el proyecto beneficiará a dos cooperativas de productores / recolectores de piñón ubicadas en la provincia de Manabí: la Cooperativa de Productores de Piñón de Manabí (COOPINÓM) y la Cooperativa de Productores de Cercas Vivas de Piñón en Manabí (COOPROCERMA), que prevén aglutinar a 100 socios y beneficiarán a 3.000 productores/recolectores de piñón

Las cooperativas organizadas proveerán de aceite de piñón a la Empresa Eléctrica Provincial Galápagos, S.A., como una oportunidad para ganar valor y participación en la cadena.

El resultado esperado es que las cooperativas de productores y recolectores aumenten su productividad de AVP en la provincia de Manabí y operen formalmente en la cadena de valor del biocombustible en Ecuador.

La recolección de piñón está en manos de pequeños agricultores/recolectores de bajos ingresos de las zonas más secas y deprimidas del litoral ecuatoriano de Manabí.

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA, 2016), es el organismo especializado en agricultura del Sistema Interamericano que apoya los esfuerzos de los Estados Miembros para lograr el desarrollo agrícola y el bienestar rural. El IICA busca alcanzar una agricultura interamericana competitiva, incluyente y sustentable, que genere oportunidades para disminuir el hambre y la pobreza en los productores y los habitantes de los territorios rurales.

El Fondo Multilateral de Inversiones (FONOMIN, 2016), del grupo BID, apoya el desarrollo del sector privado, beneficiando la población de bajos recursos, sus

negocios, pequeños productores agrícolas y hogares. Tiene por objetivo proporcionar las herramientas para incrementar sus ingresos, asegurar el acceso a mercados y capacidades para competir en esos mercados, el acceso a financiamiento y a servicios básicos, incluyendo el uso de tecnologías verdes.

La misión central del FOMIN es actuar como laboratorio, experimentando, siendo pionero y asumiendo riesgos para construir y sostener modelos de negocios éxitos.

Cabe recalcar que por lo sucedido del terremoto en la Provincia de Manabí el 16 de Abril del 2016, se pudo haber suspendido el proyecto de la extracción de aceite vegetal para la islas Galápagos, sin embargo se continuara con el mismo ya que es de mucha ayuda para los pequeños agricultores de esta provincia ya que por la crisis que siguen pasando les permitirá mediante esto obtener ingresos.

El papel de los pequeños agricultores

Los pequeños agricultores son actores clave en la búsqueda de un modelo de desarrollo agrícola más incluyente y sostenible desde un punto de vista social y ambiental.

Sin embargo existen, principales dificultades que afrontan los pequeños agricultores y una serie de recomendaciones de políticas para aprovechar su posible contribución a la producción y el comercio sostenibles de productos básicos.

Tanto es así que la contribución de los agricultores familiares y los pequeños agricultores a la seguridad alimentaria, la reducción de la pobreza y el desarrollo sostenible fue específicamente reconocida por la Asamblea General de las Naciones Unidas cuando declaró 2014 “Año Internacional de la Agricultura Familiar”.

Esta información proporcionada del informe de la secretaría de la UNCTAD, se refiere a los individuos cuya actividad agrícola se desarrolla en fincas de hasta 2 hectáreas y sostiene que los pequeños agricultores son actores clave en la búsqueda de un modelo de desarrollo agrícola más incluyente y sostenible desde un punto de vista social y ambiental, es por ello que hace que los pequeños agricultores merezcan una atención específica si a lo que se aspira es a “no dejar a nadie en el camino” en los esfuerzos que van a desplegarse para lograr los futuros objetivos de desarrollo sostenible.

Pese a la diversidad de los contextos y a las limitaciones en materia de datos, según el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, cerca de 2.500 millones de personas trabajan a tiempo parcial o completo en 500 millones de pequeñas explotaciones agrícolas en todo el mundo.

En primer lugar, los pequeños agricultores son imprescindibles para alcanzar los objetivos de seguridad alimentaria guardando un equilibrio con las consideraciones de sostenibilidad. Dado que hay mayor preocupación por la inseguridad alimentaria

desde la crisis de 2008 y en vista de la carestía de los alimentos constatada desde entonces, es preciso dar mayor reconocimiento al peso de los pequeños agricultores en el logro de los objetivos de la seguridad alimentaria.

Mediante este informe también se analiza los obstáculos que dificultan el desarrollo sostenible de la pequeña agricultura a nivel nacional, regional y mundial, presenta soluciones probadas para mejorar las condiciones económicas de los pequeños agricultores y propone soluciones nuevas.

En ese sentido, destaca la necesidad de contar con una combinación de políticas que atiendan a las necesidades específicas de los pequeños agricultores a nivel nacional, regional e internacional. Por ello el informe constituye una referencia pertinente y oportuna para los encargados de la formulación de las políticas y otros interesados en las cuestiones relacionadas con la pequeña agricultura en los preparativos para la Cumbre de la Asamblea General para la Aprobación de la Agenda para el Desarrollo Después de 2015, que tendrá lugar en septiembre de 2015, la décima Conferencia Ministerial de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la Cumbre sobre el Clima.

El grado de participación de los pequeños agricultores en los mercados de insumos y productos determina parcialmente su productividad y por ende su renta. Entre los diversos insumos del proceso de producción están las semillas y los fertilizantes, la tierra, la mano de obra y el crédito. Los mercados de semillas suelen dividirse en sistemas formales e informales.

Los sistemas formales son poco frecuentes, ya que los elevados precios de las semillas de calidad derivados de los caros sistemas de certificación y los costos de transacción están fuera del alcance del bolsillo de la mayoría de los pequeños agricultores.³

Con todo, el acceso de los pequeños agricultores a los mercados nacionales o regionales, más grandes y lucrativos, depende de muchos factores, como su conectividad física con esos mercados, su acceso a la información de mercado y los tipos de productos que vendan (productos básicos para los mercados nacionales y regionales o productos no básicos producidos para los mercados internacionales). Por ese motivo, la participación de los pequeños agricultores en esos mercados varía entre las distintas regiones y países.

Algunos pequeños agricultores sí producen para mercados internacionales muy integrados de cultivos comerciales tradicionales como el cacao, el café, el té y el algodón, y productos de gran valor como las verduras, las frutas y las flores.

Estos mercados son importantes para los países en desarrollo como principal fuente de divisas, empleo e ingresos para los agricultores, los comerciantes y los exportadores.

³ Tradicionalmente, la gente lo usa como árbol de sombra por su rápido crecimiento. En la fitomedicina se usa como cicatrizante, para afecciones de la piel; es vermífugo, entre otras cosas. La aplicación más prometedora de esta planta es la obtención de aceite para biodiesel. Una hectárea de plantas maduras (4 a 5 años) produce 1.500 a 2.000 litros de aceite por hectárea. Las semillas producen de 32 a 37% de aceite.

La sostenibilidad de la pequeña agricultura está determinada por dos factores. El primero es la productividad, que depende de la tecnología agrícola, los servicios de extensión, las infraestructuras físicas y el capital humano.

Durante años, ni las tecnologías agrícolas ni las actividades de investigación y desarrollo (I+D) estaban adaptadas a las necesidades del pequeño agricultor, puesto que su objetivo era aumentar la productividad de las explotaciones de mediano y gran tamaño. Así sucedió en particular con las tecnologías desarrolladas de resultados de actividades de I+D orientadas a obtener beneficios.

La estrecha relación entre la agricultura y la sostenibilidad ambiental lleva a pensar que los agricultores deben incluir consideraciones ambientales y ecológicas en sus decisiones de inversión.

Debido a su relativa parquedad en el uso de productos químicos en sus actividades agrícolas en comparación con las explotaciones de mayor tamaño, siempre se los ha tenido por los guardianes de la sostenibilidad ecológica y ambiental a nivel local. (UNCTAD, 2015)

Situación actual del cultivo de piñón en el Ecuador

Según registros oficiales provenientes del MAGAP, y del INIAP se contabiliza un área sembrada de aproximadamente 200 hectáreas como monocultivo, determinando que existe un potencial de siembra: 200,000 ha, mediante la promoción del cultivo con el MAGAP, empresas particulares, y organismos no gubernamentales (ONG) nacionales e internacionales.

Elaboración del biodiesel a partir del piñón

El cultivo del piñón blanco es una alternativa de desarrollo rural sostenible y amigable con el medio ambiente generando energía limpia y mitigando la contaminación ambiental.

La semilla al ser prensada, libra aceite, y ésta al transformarla en biodiesel se convierte en una fuente de energía renovable que puede sustituir a los combustibles fósiles y produce una alternativa ante el agotamiento y la mitigación del cambio climático.

El biodiesel es un combustible derivado de aceites o grasas vegetales o animales, que puede ser usado en forma pura o mezclado con diésel de petróleo. Se compone de esteres mono-alquílicos de ácidos grasos de cadena larga obtenidos mediante la transesterificación de aceites o grasas vegetales o animales con un alcohol. (InfoRegión, 2012)

Bioenergía en favor del desarrollo sostenible y protección del medio ambiente

Es importante recalcar que uno de los pilares que trata de lograr el desarrollo sostenible mediante una propuesta de cultivo del piñón por medio de pequeños agricultores en el Ecuador es la protección del medio ambiente.

Ecuador es el primer país en el mundo que reconoce en su Constitución derechos a la naturaleza el gobierno actual promueve e impulsa la iniciativa cero combustibles fósiles en las islas Galápagos, declarado Patrimonio de la Humanidad en 1978 por la Unesco, a fin de evitar los riesgos de derrames de combustibles, diversificar su matriz energética y contribuir con la reducción de gases de efecto invernadero.

Cabe la posibilidad de que este siglo presencie un cambio importante en la economía, que podría dejar de basarse en los combustibles fósiles para pasar a la bioenergía, en cuyo ámbito la agricultura y la silvicultura serían las fuentes principales de biomasa para producir biocombustibles como la leña, el carbón vegetal, los gránulos, el bioalcohol etílico, el biodiesel y la bioelectricidad.

En los hogares de los países en desarrollo, la leña y el carbón vegetal siguen siendo la fuente de energía predominante.

Sin embargo, también en países desarrollados como Finlandia, Suecia, Austria y Australia, la dendroenergía está cobrando auge como opción energética en la industria, ya que es fácil de obtener localmente y es inocua para el medio ambiente.⁴

Los biocombustibles líquidos han adquirido importancia en los últimos decenios en Brasil, y, más recientemente en Europa, los Estados Unidos, el Japón, y otros países pertenecientes a la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), especialmente en el sector de los transportes. Al mismo tiempo, la función de la agricultura como fuente de recursos energéticos es cada vez más importante.

Las agroindustrias del sector bananero, arroz, trigo, sorgo, yuca, piñón y muchos otros cultivos poseen un considerable potencial bioenergético gracias a las tecnologías para la producción de combustibles sintéticos a partir de la biomasa y sus aplicaciones respecto de las pilas de combustible se está despertando interés en el uso de cultivos energéticos rotatorios en el ámbito de actividades agrícolas muy intensivas.

La biomasa es una fuente de energía fácil de obtener localmente y capaz de generar electricidad, calor y potencia a partir de combustibles líquidos, gaseosos o sólidos, que pueden contribuir a sustituir los combustibles fósiles importados, hecho que redundaría en una mayor seguridad energética nacional y una diversificación más amplia de las fuentes de energía.

Como fuente de energía neutral respecto de las emisiones de dióxido de carbono, los biocombustibles pueden ayudar a mitigar el cambio climático mediante la

⁴ Así también cabe recalcar que este cultivo se extiende en las Américas desde los Estados Unidos (estado de Florida), pasando por México, Guatemala, El Salvador, Colombia, Brasil, Paraguay, Argentina y ahora Chile.

sustitución de los combustibles fósiles, siempre y cuando se produzcan de manera sostenible, y también mediante la retención de carbono en los bosques y suelos que estaría favorecida por las actividades de reforestación y forestación y el mejoramiento de las prácticas de ordenación de la tierra y los bosques.

Sin embargo, la capacidad de la bioenergía para reducir la emisión de gases de efecto invernadero varía en función de cómo se utiliza la biomasa, pues en ocasiones, la generación de bioenergía puede llegar incluso a resultar en un valor energético neto negativo.

El aprovechamiento de residuos sin explotar y el establecimiento de plantaciones y cultivos energéticos pueden resolver otros problemas de carácter ambiental. Ese tipo de plantaciones y cultivos (en particular los cultivos perennes) pueden ayudar a prevenir la erosión del suelo porque su cubierta reduce el impacto de la lluvia y el transporte de sedimentos.

Del mismo modo, el aumento del uso de biomasa para producir energía podría beneficiar al desarrollo económico y la reducción de la pobreza, sobre todo en las zonas rurales, debido al interés que suscitaría en las empresas pequeñas y medianas por invertir en las nuevas oportunidades comerciales relacionadas con la producción, la preparación, el transporte, el comercio y el uso de biocombustibles, y porque generaría ingresos (y empleo) para quienes viven en las zonas interesadas o en sus cercanías.

En efecto, la producción de bioelectricidad tiene más posibilidades de generar empleo que cualquier otra fuente renovable de energía, pues puede multiplicar la creación de empleos directos con respecto a los que ofrece la producción de electricidad mediante fuentes tradicionales, pero con menores costos de inversión por cada nuevo empleo.

Los sistemas bioenergéticos son relativamente complejos, son de carácter interdisciplinario e intersectorial y dependen de las características de cada lugar. Por consiguiente, no es sencillo solucionar los problemas conexos; para ello, hace falta integrar la producción de biocombustibles en las actividades agrícolas y forestales tradicionales, además de una contribución sinérgica de diversas instituciones que se ocupan de los sectores agrícola, forestal, energético, industrial y ambiental. (FAO, 2005).

Conclusiones

Los pequeños agricultores del Ecuador mediante el cultivo del piñón, tienen una mejora de vida ya que siendo esta una propuesta para el desarrollo sostenible de los mismos, pueden utilizar la semilla de esta fruta para la extracción de un aceite vegetal, teniendo como resultado biocombustible, el cual mediante esto, genera ingreso para la agricultores y satisfacer sus necesidades básicas, e incluso mediante este fruto pueden realizar lo que son jabones caseros los mismo que no solo los

pueden utilizar para uso personal de ellos, sino también poder venderlos y de esta manera poder obtener ingresos.

Cabe recalcar, que el cultivo de esta planta volvería nuevamente productiva a estas tierras y mucha gente regresaría al campo a trabajar en ellas, generando así nuevas fuente de ingresos, no solo para personas especializadas en la agricultura si no para aquellas que quieren emprender algo nuevo. El INIAP debería estudiar el mejor método de cultivo de esta planta e incentivar a los comuneros a cosechar.

La producción de biocombustibles es un proceso complejo el cual involucra muchos factores los cuales deben estar en equilibrio de tal manera que produzcan el beneficio esperado hacia los comuneros que decidan tomar la medida de elaborar biodiesel.

Las plantaciones de *Jatropha* conocida como piñón deberán hacerse bajo estrictas normas de calidad y en zonas que no sirvan para cultivos alimenticios para obtener la mayor producción posible, de la mejor calidad posible sin tener que hacer uso de tierras necesarias para la alimentación ya sea humana o animal.

Se debe evaluar la cantidad de cultivo necesario para que la producción de aceite vegetal sea la que necesita la generación al momento de querer plantear un desarrollo sostenible por parte de los productores ecuatorianos , siempre y cuando se tengan las medidas adecuadas con la protección del medio ambiente.

Bibliografía

Asamblea General de las Naciones Unidas. (2012). Desarrollo Sostenible. Obtenido de <http://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>

Díaz Fuentes, V. H., Iracheta Donjuan, L., Solís Bonilla, J. L., Basulto Graniel, J. A., Rico Ponce, H. R., González Jiménez, A.,... & Salinas Cruz, E. (2016). El cultivo del piñón para la producción de biocombustibles.

El Productor. (7 de ABRIL de 2016). Ecuador: Cooperativas apuestan al aceite de piñón. Obtenido de <http://elproductor.com/2016/04/07/ecuador-cooperativas-apuestan-al-aceite-de-pinon/>

Escobar, V., & Donovan, A. (2015). Efecto insecticida de ésteres de forbol de la semilla de piñón (*Jatropha curcas*) para el control de mosca blanca (*Bemisia tabaci*) en tomate (*Solanum lycopersicum*).

Espinal Méndez, Á. F. (Noviembre de 2012). Composición de la semilla y evaluación de la calidad del aceite y torta desgrasada de tres variedades de piñón (*Jatropha curcas*). Obtenido de bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/1254/1/T3339.pdf

FAO. (13 de Abril de 2005). La bioenergía en favor del desarrollo de la agricultura y la silvicultura. Obtenido de Comité de Agricultura de la FAO: http://www.fao.org/docrep/meeting/009/j4313s.htm#P39_6759

FONOMIN. (2016). Obtenido de <http://www.fomin.org/es-es/>

Gonzalo, J. (26 de Noviembre de 2013). LOS PIÑONES. BENEFICIOS Y PROPIEDADES. Obtenido de Blog de los frutos secos: <https://frutossecosgonzalo.blogspot.com/2013/11/los-pinones-propiedades-y-beneficios.html>

IICA. (2016). Obtenido de <http://www.iica.int/es/content/sobre-el-iica>

InfoRegión. (30 de julio de 2012). Agencia de Prensa Ambiental. Obtenido de <http://www.inforegion.pe/139537/elaboracion-del-biodiesel-a-partir-del-pinon-blanco/>

INIAP. (2008). El piñón (*Jatropha curcas* L.) una alternativa de cultivo para las zonas marginales secas. Obtenido de INIAP: <http://repositorio.iniap.gob.ec/handle/41000/1170>

INIAP. (2015). MAGAP. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/el-pinon-crece-en-zonas-secas-y-su-aceite-se-utiliza-para-biocombustibles-y-para-elaborar-jabones-caseros/>

INIAP. (2015). PIÑÓN. Obtenido de INIAP: <http://www.iniap.gob.ec/web/pinon/>

LA HORA. (26 de Noviembre de 2011). Expertos conocen más sobre el piñón. Obtenido de http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101242268/-1/Expertos_conocen_m%C3%A1s_sobre_el_pi%C3%B1%C3%B3n.html#.V3PIM9ThDIV

MAGAP. (2016). El piñón crece en zonas secas y su aceite se utiliza para biocombustibles y para elaborar jabones caseros. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/el-pinon-crece-en-zonas-secas-y-su-aceite-se-utiliza-para-biocombustibles-y-para-elaborar-jabones-caseros/>

UNCTAD. (25 de Septiembre de 2015). El papel de los pequeños agricultores en la producción. Obtenido de UNCTAD: http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/tdb62d9_es.pdf

VARGAS, J. J. (2011). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA PRODUCCION DE MATERIA PRIMA, EXTRACCIÓN ARTESANAL COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE Y DERIVADOS DEL PIÑÓN *Jatropha curcas*. Obtenido de <http://repositorio.educacionsuperior.gob.ec/bitstream/28000/850/1/P-SENESCYT-0014.pdf>

013. EL PLAN AMBIENTAL UN INSTRUMENTO DE GESTION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE CASO: CANTON DAULE – GUAYAS – ECUADOR.

Autor:

Ing. Agr. MSc. Roberto Aguilera Peña

rauilera@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica ECOTEC

Guayaquil – Ecuador

RESUMEN

El Plan Ambiental es un instrumento de orientación y gestión estratégica para el desarrollo sostenible de las comunidades rurales en el Ecuador.

Realizado mediante la aplicación de un Diagnóstico Participativo con la participación de los líderes de las comunidades, proponiendo soluciones a los problemas ambientales identificados, en base a las capacidades tecnológicas, sociales y económicas de los actores que intervienen en la realización del plan así como también de las capacidades de la población local beneficiarias del plan ambiental que es la base para la realización del plan.

La participación de las comunidades en la ejecución del plan ambiental es necesaria para la ejecución de los proyectos y estrategias que se planteen para el desarrollo sostenible. Es primordial que las comunidades participen en los aspectos relacionados a identificar los problemas locales mediante el diagnóstico participativo, seleccionando con ellos los más significativos, ayudar a resolverlos, implementar las actividades en forma adecuada y evaluar la eficacia de las medidas planteadas para ejecutar el plan ambiental.

Se han identificado diferentes aspectos ambientales como derrames de aguas residuales, manejo inadecuado de residuos sólidos, emisiones, manejo inadecuado de pesticidas, disminución de las productividades agrícolas, mal manejo de residuos sólidos y de envases vacíos.

Los procesos de acción para enfrentar los problemas ambientales de las comunidades deben estar asociados a los distintos niveles de contaminación, a los recursos naturales y al medio ambiente.

Las alternativas de acción orientadas a afrontar los problemas ambientales de manera integral deben considerar tres dimensiones de acción, las políticas gubernamentales

globales y sectoriales a través de los municipios o ayuntamientos, programas y proyectos para solucionar los problemas ambientales más urgentes, y los beneficiarios de las comunidades como los actores principales de los planes ambientales.

Palabras Claves

Plan ambiental – comunidad – medio ambiente – contaminación – diagnostico participativo – aspecto ambiental.

INTRODUCCION

La conservación del ambiente y la diversidad biológica es fundamental para el desarrollo comunitario considerando la variable económica, social cultural y ambiental.

Los problemas ambientales siempre han existido, sin embargo la necesidad de estudiarlos en forma sistemática para determinar cursos de acción que asignen y distribuyan recursos y servicios ambientales de forma justa y eficiente no se hizo patente hasta finales de la década de los años sesenta y principios de la década de los setenta. Es en esas épocas cuando los temas de las crisis ambientales ocupaban los encabezados de la prensa escrita de varios países y sus gobiernos estaban proponiendo programas para poner bajo control la creciente degradación ambiental. En ese momento la planificación ambiental emerge como un área funcional dentro del campo más amplio de la planeación y como una actividad desarrollada por individuos y organizaciones relacionadas con los problemas surgidos de la interface sociedad naturaleza, con el fin de crear canales de acción para resolverlos.

La planeación ambiental surge en el marco del paradigma del desarrollo sustentable, al cual se le incorporaron los acuerdos de la Agenda XXI, el Convenio sobre la Biodiversidad y en Convenio sobre el Cambio Climático, y se lo propone como estrategia normativa para regular la relación hombre – naturaleza. La Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), México, declara que la finalidad de la planeación ambiental es sintetizar la visión estratégica sobre la solución de los problemas ambientales de una región con los anhelos y expectativas de los habitantes de la comunidad sobre el futuro ambiental que desean, y expresar esas síntesis no solo en programas y proyectos específicos sino en actitudes, valores y acciones que les permitan encaminarse hacia un modelo de desarrollo sustentable.

La Planificación ambiental en el proceso productivo de las comunidades rurales agrícolas se presenta como un ejercicio académico. El contexto y los objetivos permitieron establecer la ausencia que existe en implementación de prácticas amigables en el desarrollo de las diferentes fases de las actividades agrícolas,

evidenciados en la generación de volúmenes significativos de residuos sólidos sin que exista un manejo adecuado de los mismos, en la utilización indiscriminada de pesticidas tanto en volúmenes utilizados como en el tiempo de aplicación, sumándose un uso inadecuado de los recursos naturales como agua y suelo, además de prácticas de deforestación, riesgos de deslizamientos por la topografía de las zonas de estudio, suelos erosionados, peligros de inundación en las zonas bajas.

La participación de integrantes de la comunidad en la planificación de la gestión ambiental es necesaria si queremos ejecutar planes y medidas para el desarrollo sostenible. Siempre debemos tener presente que los conocedores de su territorio son los pobladores que los habitan, por lo tanto es primordial que participen en los procesos de la planificación ambiental, en todos los aspectos relacionados a, identificar los problemas, ayudar a resolverlos, implementar las actividades en forma adecuada y sostenible y evaluar la eficacia de las medidas planteadas para ejecutar el plan ambiental.

DESARROLLO

Ubicación geográfica y organización territorial

El Cantón Daule se encuentra localizado en el Ecuador en la región costa de la Provincia del Guayas, a 45 kilómetros de la ciudad de Guayaquil, con una población de 130.000 habitantes, de los cuales setenta y cinco mil (75.000) viven en el área urbana en la ciudad de Daule, y cincuenta y cuatro mil (54.000) en la zona rural.

Clima

Depende de varios factores, por su ubicación en plena zona ecuatorial tiene una temperatura cálida durante casi todo el año. Sin embargo por su proximidad al Océano Pacífico hace que las corrientes fría de Humboldt y cálida de El Niño marquen dos períodos climáticos bien diferenciados. Uno lluvioso y húmedo, con calor típico del trópico, que se extiende desde diciembre a abril (conocido como invierno que corresponde al verano austral); y el otro seco y un poco más fresco (conocido como verano que corresponde al invierno austral), que va desde mayo a diciembre.

Debido a su ubicación en plena zona ecuatorial, la zona de Daule tiene una temperatura cálida de 20° C a 27° C durante casi todo el año

División Política.

Al igual que las demás localidades ecuatorianas se rige por una municipalidad según lo estipulado en la Constitución Política del Ecuador, la Municipalidad es una entidad de gobierno seccional que administra el cantón de forma autónoma, organizada por la separación de poderes de carácter ejecutivo representado por el alcalde que es la máxima autoridad y otro de carácter legislativo conformado por los miembros del consejo cantonal.

El Cantón está dividido en cuatro Parroquias Rurales como son Los Lojas, Laurel, Limonal y Juan Bautista Aguirre y en dos Parroquias urbanas que son Daule y la Aurora.

El Cantón Daule está ubicado en la parte central de la provincia del Guayas, limitando

- Al norte Cantón Santa Lucía
- Al Sur la ciudad de Guayaquil
- Al Este Urbina Jado y Samborondón
- Al Oeste Nobol y Lomas de Sargentillo

Actividades empresariales

La principal actividad es la producción de arroz siendo la zona de mayor importancia del país en la producción de la gramínea. Los suelos son fértiles el 90% de las áreas arroceras son mecanizadas y disponen de infraestructura de riego y drenaje. La producción se comercializa a través de la infraestructura agroindustrial de la zona y sirve para abastecer los mercados de las provincias del Guayas, Manabí, provincias de la Sierra, además de una parte del mercado Colombiano.

La actividad agrícola también está representada por grandes haciendas productoras de mango y frutas tropicales de exportación.

Otra de las actividades representativas es la ganadería de ganado vacuno de gran calidad, además de ganado porcino y caballar.

La artesanía está muy desarrollada en lo que se refiere a la elaboración de vistosos sombreros de paja toquilla, hamacas de mocora, escobas y una gran variedad de efectos para montar a caballo, confeccionados de cuero o maderas, así: estribos, bozales, guarda piernas, conchas, tapaderas entre otras.

Objetivos y alcances del plan ambiental

Los principales objetivos de la propuesta del Plan Ambiental para las comunidades agrícolas del Cantón Daule son:

- ❖ Promover el mejoramiento de la calidad de vida de la población, el manejo sustentable del ambiente y la protección de los procesos naturales que en él se desarrollan
- ❖ Proporcionar al Municipio o ayuntamiento, juntas parroquiales, organizaciones y a las comunidades una guía para la gestión ambiental cantonal.
- ❖ Impulsar los procesos participativos para identificar prioridades ambientales con la finalidad de que estas sean un aporte a los futuros procesos de planificación local integral que se realicen en el Cantón.

Aspectos bióticos

El poco conocimiento sobre la distribución, extensión y condición de las formas botánicas naturales del Ecuador es un problema relacionado en gran medida con la falta de un sistema de clasificación de vegetación apropiado y estandarizado.

Debido a la falta de un sistema de clasificación de vegetación estandarizado, en muchos casos, se han utilizado propuestas que no han sido diseñadas para su aplicación en estudios de vegetación. Específicamente el sistema de zonas de vida de Holdridge ha sido usado frecuentemente en el Ecuador, aun cuando no es una propuesta para la clasificación de la vegetación.

Sierra, 1999 aporta a la actualización de la información regional con su propuesta preliminar de un sistema de clasificación de vegetación para el Ecuador continental. Esta propuesta incluye tipos de vegetación que son el resultado de la actividad humana prolongada pero que en la actualidad existen de forma silvestre o semisilvestre y ocupan grandes áreas.

La base de la organización de esta propuesta es geográfica, sin embargo su enfoque es florístico, es decir se fundamenta en unidades homogéneas de vegetación que han sido separadas en lo posible con base en las especies que la conforman.

Diagnóstico ambiental participativo para identificar problemas ambientales en las comunidades rurales.

La FAO (organización de la Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) considera el Diagnóstico participativo como un método para determinar los problemas ambientales actuales y que actividades son necesarias realizar como soluciones y aquellas que pueden apoyarse. Los miembros de la comunidad deben aceptar las actividades propuestas por el personal técnico externo siempre y cuando las actividades propuestas sean razonables y prácticas.

Como conclusión el marco referencial del diagnóstico examina cada actividad en relación con las condiciones necesarias y elimina aquellas para las que no se dan estas condiciones.

Para la propuesta actual se han identificado varios problemas ambientales a través de diagnósticos participativos con líderes de las comunidades Velasco Ibarra, el Rosario y Guayas.

Zona Urbana cabecera cantonal.

- Contaminación del ambiente por presencia de Residuos sólidos en calles por falta de sistemas de alcantarillado
- Malos olores por derrame de basura urbana.
- Contaminación de los ríos Daule, Congo, Macul, limón.
- Asentamiento poblacional desordenado pro invasiones
- Contaminación del aire por quema de residuos sólidos urbanos
- Niveles de ruido que afectan a la población.
- Trafico desordenado.

Zona Rural

- Suelos erosionaos
- Alteración de la biodiversidad
- Zonas de riesgos de inundaciones
- Uso indiscriminado de pesticidas agrícolas
- Mal manejo de envases vacíos de agroquímicos
- Emisiones por quema de residuos sólidos de cosecha
- Vertidos de residuos químicos en canales de riego y drenaje.
- Baja fertilidad de los suelos por mal manejo de programas de nutrición.

MATRIZ FODA

Fortalezas	Oportunidades
Los recursos naturales pueden ser utilizados como recursos turísticos	Potencial para el turismo
Sistemas de producción de cultivos de exportación Empresas de actividades industriales de productos alimenticios y de materias primas. Organizaciones bancarias y financieras Organismos privados y del Estado. Centros de salud y educativos	Desarrollo de proyectos ambientales
Participación activa de las comunidades en las soluciones de problemas y actividades de desarrollo del cantón	Programa de transferencia de tecnología con ONGs y con Ministerio de Agricultura y Ganadería
Interés en el desarrollo de la comunidad	Captación de fondos para proyectos ambientales
Participación en culto religioso	
Acceso a la cobertura celular y al internet en todas las comunidades	
Vías de acceso principales y secundarias	
Debilidades	Amenazas
Los miembros de la comunidades rurales están unidos pero no organizados o fortalecidos	Desastres naturales como inundaciones y deslizamientos
Falta liderazgo y capacitación en fortalecimiento de la comunidad.	Fenómeno del niño
Poca participación de las mujeres en la resolución de los problemas	Excesiva generación de desechos solidos
Falta de apoyo de instituciones gubernamentales	Emisiones de CO2 y CH4 por quema de desechos.
Falta mantenimiento de los servicios básicos.	Emisiones de malos olores por mala gestión de residuos.
Ausencia de programas de servicios agrícolas para pequeños agricultores por parte de organismos del estado.	Problemas de salud en la población por ausencia de sistemas de alcantarillado para manejo de aguas lluvias y residuales.

Problemas priorizados:

- ❖ Deforestación
- ❖ Contaminación del aire
- ❖ Contaminación del agua
- ❖ Contaminación del suelo
- ❖ Manejo de desechos sólidos

Descripción de los problemas.

❖ Deforestación

El despojar un terreno de plantas forestales reduce la fertilidad del suelo e incrementa su erosión e incrementa la pobreza de la población.

Cuando el bosque desaparece, el escurrimiento superficial hacia los ríos y vertientes aumenta, el flujo de agua ya no es moderado por el bosque la región afectada experimenta periodos alternativos de inundación y sequía, aparte acumulación de partículas que causan problemas de sedimentación afectando a otros recursos físicos, sociales y económicos.

La deforestación induce a cambios climáticos, los bosques prestan a las comunidades servicios ambientales.

Los efectos negativos de la deforestación e identificados por la población son deslizamientos de tierra, efectos sobre las cantidades de lluvias, presencia de vientos y disminución de aguas subterráneas

La deforestación ha ocasionado alteraciones en las poblaciones de la biodiversidad, sin embargo todavía se pueden observar especies vegetales de las cuales la población obtiene diversos beneficios curativos de plantas medicinales utilizadas en la medicina ancestral, como también el uso decorativo de plantas ornamentales, entre ellas, especies de orquídeas, bromelias y helechos, sumándose el uso de plantas alimenticias para su subsistencia.

Las afectaciones a la biodiversidad por las actividades antrópicas son altamente significativas e influyen negativamente en la sostenibilidad de los ecosistemas de la región.

Actualmente se están desarrollando varios planes de reforestación con el plan de promoción del Ministerio de Agricultura, Ganadería, acuicultura y pesca (MAGAP), con fondos no reembolsables para las comunas o asociaciones y créditos hasta un setenta por ciento para empresas forestales privadas.

❖ **Contaminación del aire**

Las principales fuentes de contaminación del aire son los gases ruido producidos por el tráfico vehicular.

Las vías en mal estado constituyen una fuente de generación de polvo y la mala disposición de desechos sólidos es una fuente de malos olores.

Los principales gases emitidos son los dióxidos y monóxidos de carbono, nitrógeno, azufre y gas metano, además de las partículas sólidas emitidas por las actividades industriales.

Es importante referir el tipo de contaminación del aire interior producido por los artefactos de combustión para cocinar como cocinas y hornos de leña o carbón. Este tipo de contaminación disminuye la calidad del aire interior, ocasionando impactos en la salud y productividad de las personas. Los síntomas típicos de la baja calidad del aire interior son irritaciones de las vías respiratorias, los ojos, piel y membranas mucosas secas, erupciones, fatiga mental, dolor de cabeza e insomnio.

Causas del problema

- Gases y ruido generados por el tránsito vehicular
- Vías de acceso en mal estado constituyen una fuente de emisión de polvo
- Mala disposición de desechos sólidos son una fuente de malos olores y afectaciones a la salud de la comunidad
- Uso de material vegetal para cocinas y hornos.

❖ **Contaminación del agua.**

Otro de los principales problemas del Cantón es la contaminación del agua originada por la ausencia de sistemas de alcantarillado, la mala disposición de las aguas servidas, el uso intensivo de pesticidas agrícolas, y las descargas de aguas residuales de las industrias, en parte también por otras actividades como vertidos de desechos orgánicos en los ríos y sustancias químicas de productos de limpieza, y ausencia de gestión de los desechos sólidos municipales.

Las aguas servidas son depositadas en los suelos, algunos desechos sólidos son arrojados a los esteros, ríos y cunetas de las vías interiores, los desechos de papel, cartones y plásticos se queman. Los envases vacíos de agroquímicos

son dejados y arrojados a los suelos. El residuo de las mezclas utilizadas en las labores de fumigación para control de plagas entre ellas las malezas, son vertidos también en los suelos y ocasiones en canales u otras fuentes de agua.

Las actividades agro industriales también ocasionan contaminación de las aguas superficiales y subterráneas por las sustancias que son vertidas sin aplicar una gestión ambiental adecuada o un procedimiento para el manejo de estas sustancias de sus procesos empresariales.

Causas	Efectos	Fuentes típicas
Orgánicos biodegradables	Desoxigenación condiciones anaeróbicas, olores, eutrofización	Efluentes con grandes cantidades de hidrocarburos, residuos de pesticidas.
Uso indiscriminado de plaguicidas y fertilizantes	Alteración de la composición química y procesos de eutrofización	Generación de nitratos y fosfatos
Metales pesados	Perdida de la biodiversidad, acumulación de nutrientes	Mercuriales. Sustancias químicas.
Ácidos y álcalis	Afectaciones al pH.	Lavanderías, productos químicos
Agentes oxidantes y reductores como NH ₃ , NO ₃ , SO ₃	Alteración del balance química por agotamiento del oxígeno y sobre nutrición, olores y crecimiento de microorganismos.	Residuos de fertilizantes y residuos orgánicos.
Residuos solidos Vertidos de aguas negras sin tratamiento Disposición de residuos sólidos en los ríos y canales	Alteración de las poblaciones de micro organismos. Malos olores y sabores del agua. Cambio en las características del	Residuos sólidos urbanos, residuos de cosecha, animales muertos que son arrojados o mueren por inundaciones. Vertidos de residuos

<p>Agentes patógenos, tales como bacterias, virus, protozoarios, parásitos que entran al agua provenientes de desechos orgánicos, que incluyen heces y otros materiales que pueden ser descompuestos por bacterias aerobias.</p>	<p>agua, color, dureza y salinidad.</p> <p>Alteración del balance químico por agotamiento del oxígeno.</p>	<p>de agroquímicos utilizados en fumigaciones.</p>
<p>Nutrientes vegetales que pueden estimular el crecimiento de las plantas acuáticas. Éstas, a su vez, interfieren con los usos a los que se destina el agua y, al descomponerse, agotan el oxígeno disuelto y producen olores desagradables.</p>	<p>Alteración de la composición química y procesos de eutrofización</p>	<p>Residuos de aguas domésticas. Residuos de detergentes. Residuos de mataderos, aguas residuales del procesamiento de aves</p>
<p>Productos químicos, incluyendo los pesticidas, diversos productos industriales, las sustancias contenidas en los detergentes, y los productos de la descomposición de otros compuestos orgánicos.</p>	<p>Alteración de las poblaciones de micro organismos. Malos olores y sabores del agua.</p> <p>Cambio en las características del agua, color, dureza y salinidad</p>	

❖ **Contaminación del suelo.**

Un recurso que se encuentra afectado en las comunidades del presente estudio es el suelo, debido principalmente a la mala disposición de los desechos sólidos, manejo inadecuado de los residuos de pesticidas utilizados en las actividades agrícolas de fumigación para el control de insectos plagas, malezas o de enfermedades que afectan a los cultivos.

La contaminación del suelo por plaguicidas se debe a tratamientos específicos por ejemplo de pesticidas aplicados, a derrames de los plaguicidas aplicados o cuando las partículas aplicadas en las plantas se derraman por efecto de las lluvias.

El suelo es un recurso vital es el soporte físico sobre el que se asientan todos los seres vivos (Seoanez Calvo, M., 1999), es la fuente importante de materias primas y constituye uno de los elementos básicos del medio natural, sobre el se realizan todos los procesos de producción del hombre.

La contaminación del suelo consiste en la introducción de elementos extraños al sistema suelo o la existencia de un nivel inusual de uno propio que por sí mismo o por su efecto sobre los restantes componentes, genera un efecto nocivo para los organismos del suelo sus consumidores, o es susceptible de transmitirse a otros sistemas. (Martínez 2005)

Causas del problema.

- Mala disposición de los desechos sólidos
- Deforestación ocasionada por la expansión de la frontera agrícola.
- Uso indiscriminado de agroquímicos en las actividades agrícolas
- Vertidos de aguas residuales en los suelos
- Quema de residuos de cosecha en las áreas productivas
- Manejo inadecuado de basura municipal
- Ausencia de programas de reciclaje.

❖ **Manejo de desechos sólidos**

Los desechos sólidos no reciben ningún tipo de tratamiento, desperdicios generados son depositados en botaderos a cielo abierto, cunetas, ríos, canales o esteros o en los suelos directamente en terrenos vacíos o en las calles.

No existe el equipamiento necesario para la recolección de los desechos, el municipio no cuenta con las herramientas necesarias y con un parque automotor para el manejo y transporte de los residuos.

Planteamiento de soluciones

Soluciones propuestas a la contaminación del agua

Capacitación.

La población solicita mayor capacitación y atención por parte del Municipio, se sugiere realizar campañas de limpieza de las riberas de los ríos.

Se considera importante optimizar el uso de agua potable reduciendo las filtraciones y los desperdicios, es importante mejorar los sistemas de abastecimiento públicos.

Las fuentes de abastecimiento deben ser protegidas aplicando medidas como controlar los vertidos de sustancia químicas de plaguicidas y fertilizantes, derrames de residuos orgánicos, y vertidos de aguas residuales y de restos de animales.

En las comunidades rurales la segunda fuente de abastecimiento de agua son los pozos, es necesario controlar la captación de agua para protegerla de la contaminación.

- El pozo de agua debe estar apartado de los focos de contaminación, a una distancia no menor de 20 metros de letrinas y corrales de animales.
- Se debe utilizar una bomba para la extracción del agua.
- Las paredes interiores del pozo deben ser impermeabilizadas.
- La abertura superior del pozo debe estar protegida con una tapa de concreto y registro para limpieza.

En el caso de que la disposición de las aguas negras se realice en un pozo séptico este debe funcionar correctamente. Se debe garantizar una sedimentación eficiente y estar alejados 10 metros de cualquier fuente de agua y no debe recibir agua de lluvia.

Proyectos propuestos

- Controlar y mejorar las cuencas hidrográficas
- Mejorar y rescatar las riberas de los ríos implementando programas de reforestación con especies nativas
- Capacitación a las comunidades y campañas de limpieza
- Fomentar la interacción orgánica e inorgánica en las actividades agrícolas.
- Realizar un estudio para el tratamiento de las aguas servidas.

Contaminación del aire

Problema	Causas	Proyectos	Acciones	Instituciones involucradas
Contaminación del aire	Gases y ruidos generados por automotores	Conservación de bosques	Fomentar fuentes de energía alternativas	Municipio de Daule
	Vías en mal estado constituyen emisiones de polvo	Mejoramiento de las vías		Consejo provincial. Comunidad.
	Mala gestión de residuos sólidos, generan malos olores	Gestión integral de residuos.	Capacitar a la población en el manejo ordenado de residuos	Municipio Comunidad

Soluciones propuestas.

- Manejo y conservación de bosques
- Controles y aplicación de leyes ambientales
- Programas de sensibilización ambiental para la población

Proyectos y acciones.

- Programas de conservación de los bosques
- Programas de reforestación de los suelos improductivos.
- Mejoramiento y mantenimiento de las vías
- Lastrado de vías carrozables
- Fomento del uso de fuentes de energía alternativas para cocinar
- Promocionar el uso de cocinas de inducción o de gas.

Mala disposición de residuos solidos

Causas directas	Causas indirectas	Causas estructurales	Soluciones propuestas.	Actores	Recursos
No existe plan comunitario para el manejo de Residuos solidos	No se dispone de financiamiento ni de personal técnico especialista	Falta de sensibilización y programas de educación ambiental	Establecer normas ambientales comunitarias. promover el reciclaje	Comuneros. Municipio Consultoras Programas internacionales	Comunitarios Técnicos Institucionales
Desconocen el sistema integral de residuos solidos		No existen proyectos en manejo de residuos solidos	Formular una propuesta de proyecto para el manejo integral comunitario de residuos solidos	Dirigentes comunitarios y comunidad.	Comunitarios Técnicos Institucionales
Manejo desordenado en la recolección de basura.	No existen valores culturales ambientales	Programa de educación ambiental y liderazgo	Dirigentes y comunidad	Municipio Ministerio de ambiente ONGs.	Comunitarios Técnicos Institucionales

Las buenas prácticas ambientales asociadas al manejo de la basura que se realizan a nivel global, reflejan lo bueno que es seleccionar, separar y reciclar los residuos, pero para hacerlo es necesario capacitarse en cómo funciona una gestión integral de residuos sólidos.

Es importante conocer los problemas ambientales para prevenir la contaminación y tomar la decisión de cambiar de actitud hacia la convivencia con la naturaleza. Es preciso revisar el hábito del consumo y de las prácticas ambientales, particularmente con los residuos que se generan.

Según el libro VI anexo 6 de la legislación ambiental en el Ecuador refiere a la norma de calidad ambiental para el manejo y disposición final de desechos sólidos no peligrosos y tiene como objetivo, la prevención y control de la contaminación ambiental, en lo relativo al recurso aire, agua y suelo para conservar y preservar la integridad de las personas, de los ecosistemas y sus interrelaciones y del ambiente en general. Las acciones tendientes al manejo y disposición final de los desechos sólidos no peligrosos deberán realizarse en los términos de la presente Norma Técnica

Soluciones a la contaminación del suelo

Causas directas	Causas indirectas	Causas estructurales	Opciones de solución	Actores Instituciones involucradas
Quema de residuos de cosechas Malas prácticas agrícolas	No existen proyectos de capacitación en manejo adecuado de suelos agrícolas ni de conocimiento del uso tradicional del suelo	Falta de capacitación en conservación y manejo del suelo No existen servicios de extensión agrícola de acuerdo a la cultura tradicional de las comunidades	Proyecto prácticas agrícolas de conservación de suelo Talleres de capacitación en tecnología agrícola – elaboración de abonos orgánicos	Ministerio de Agricultura. ONGs. Técnico privados Comunidad agrícolas por actividades.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- ❖ La población del Cantón Daule debe plantearse el reto de aprovechar las riquezas de los recursos naturales asegurando su manejo sustentable y adquiriendo un mejor conocimiento de la dependencia a la naturaleza, y de sus estructuras como sociedad que permiten o impiden su manejo con el fin de garantizar el manejo sustentable de estos recursos.
- ❖ Los cambios propuestos requieren de la exploración de alternativas de soluciones múltiples y urgentes que se ajusten a la diversidad de factores ambientales, sociales, culturales, demográficos, institucionales y económicos que intervienen en el problema.
- ❖ La recopilación de información sobre el ambiente en los campos científico, técnico y educativo que conforman la línea base del plan facilita la ejecución de las acciones encaminadas a afrontar los problemas ambientales del Cantón.
- ❖ La vinculación directa de las comunidades en la elaboración del plan estratégico ambiental ha permitido obtener información sobre la percepción de la población frente a los problemas ambientales.

- ❖ La identificación de los recursos naturales, problemas ambientales y priorización de estos, soluciones, programas y proyectos son el resultado del trabajo implementado directamente con las comunidades rurales y con personal técnico
- ❖ La participación de la comunidad en el diagnóstico participativo debe entenderse como un espacio de toma de decisiones, sin embargo para que las mismas sean acertadas es indispensable disponer de suficiente información sobre los problema ambientales, por ejemplo, niveles y fuentes de contaminación, efectos que se generan por cada uno de los aspectos ambientales identificados, normas de control posible, uso de tecnologías limpias, actores y organizaciones involucradas.
- ❖ Capacitar a la población en temas ambientales es indispensable para conseguir una participación activa en las acciones que se ejecuten para asegurar el manejo adecuado de los recursos sin comprometer las sustentabilidad del desarrollo comunitario.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Bonilla, Ch. 2012 Plan de Manejo ambiental de residuos sólidos de la ciudad de Logroño. p 39 -64. Disponible en <http://www.dispace.uce.edu.ec>. Consultado junio 2015.

Ministerio de Ambiente. Texto Unificado de Legislación Ambiental Libro 6 Anexo 6. Disponible en <http://www.ambiente.gob.ec>. Consultado el 16 de agosto del 2015.

Secretaria de Medio ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT). Disponible en <http://www.semarnat.gob.mx>. Consultado el 12 de Julio del 2015

Sierra (1999). Sistema de clasificación de ecosistemas del Ecuador. 2012

Seoanez, C (1999). Medio ambiente y desarrollo. Editorial Mundi Prensa 1999.

Yauli, L.2012. Manual para el manejo de desechos sólidos en la parroquia cuchibamba, Cantón Ambato, provincia del Tungurahua. Ecuador. Disponible en <http://www.dispace.espe.edu.ec>. Consultado junio 2015

014. SISTEMA DE GESTION AMBIENTAL APLICANDO LA NORMA ISO 14001 – 2004 INSTRUMENTO PARA GESTIONAR LA VARIABLE AMBIENTAL.

Autor:

Ing. Agr. MSc. Roberto Aguilera Peña

rauilera@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica ECOTEC.

Guayaquil - Ecuador.

RESUMEN

En el siglo XXI el modelo y los principios que adopten las empresas para gestionar los componentes ambientales de los diversos factores es crucial, de ello dependen los resultados que se logren en la reducción y eliminación de los impactos ambientales de las actividades, productos y servicios.

Las empresas por su responsabilidad en la problemática ambiental deben alcanzar un desempeño que revierta la situación de conflicto entre medio ambiente natural y desarrollo económico – social.

El Sistema de Gestión Medioambiental es un proceso continuo e interactivo, que involucra, estructura responsabilidades, procedimientos, procesos y recursos para implementar políticas, objetivos y metas ambientales, coordinado con las áreas de la empresa.

ISO 14001 es la norma internacionalmente reconocida para la Gestión de Sistemas Medioambientales, la norma proporciona orientación respecto a cómo gestionar los aspectos medioambientales de las actividades, productos y servicios de una forma más efectiva, teniendo en consideración la protección del Medioambiente, la prevención de la contaminación y las necesidades socio-económicas.

Implementar un Sistema de Gestión Ambiental aporta ahorro de costos, ventajas competitivas, reducción de riesgos ambientales, garantizando el cumplimiento de la normativa vigente, incorpora los valores del desarrollo sostenible en las metas corporativas, integrando políticas, programas y prácticas respetuosas con el medio ambiente en un proceso de mejora continua, comporta educar, enseñar y motivar a directivos y empleados en los valores ambientales y de la sostenibilidad, formando parte de la ética administrativas de la empresa.

Palabras claves: Sistema de Gestión Ambiental – Variable ambiental – desarrollo sostenible – aspectos ambientales – desarrollo económico – social - estrategia empresarial.

INTRODUCCION

El presente artículo se origina en la necesidad de analizar la importancia de los Sistemas de Gestión Ambiental en las industrias aplicando la norma ISO 14001 – 2004 e integrando la variable ambiental en la estrategia de la empresa.

La temática ambiental está adquiriendo cada vez más importancia en el comercio internacional. Incluso las empresas que tienen una regulación flexible en sus países de origen están obligadas a mejorar sus desempeños ambientales si es que desean competir con éxito en el extranjero. Aunque numerosas organizaciones han tomado medidas de tipo ambiental, éstas no necesariamente garantizan, interna y externamente, un desempeño ambiental apropiado. Ante la necesidad de una estandarización internacional, la Organización Mundial para la Estandarización (ISO) creó la serie de normas ISO 14000, de las cuales ISO 14001 certifica los sistemas de gestión ambiental de las organizaciones.

El desarrollo económico del siglo XX estuvo fundamentado en la idea del progreso y del crecimiento ilimitado. ¿Cómo puede ser posible un desarrollo económico ilimitado en un planeta de recursos finitos? Actualmente se empieza a ser consciente que este crecimiento no se puede llevar a cabo a cualquier precio. La calidad de vida del hombre y de su entorno se ve continuamente comprometida debido al impacto que sobre el medio ambiente ejercen las variadas actividades que el propio hombre realiza.

ISO 14000 es un estándar internacional de gestión ambiental enfocada y aplicada a cualquier organización, independientemente de su tamaño o sector que desee reducir los impactos ambientales y cumplir con la legislación existente en materia ambiental.

El objetivo de la norma ISO 14000 consiste en la estandarización de formas de producir y de prestar servicios que protejan el medio ambiente, aumentando la calidad del producto y en consecuencia la competitividad de la organización ante la demanda de productos cuyos componentes y procesos de elaboración son realizados dentro de un contexto que respeta el medio ambiente

Las normas son ISO son necesarias en la actualidad para toda actividad organizada, por esta razón en el mundo, las organizaciones las crean y las siguen con rigidez con el fin de alcanzar con éxito los objetivos de la organización

ISO 14001 es la norma internacionalmente reconocida para la Gestión de Sistemas Medioambientales. Dicha norma proporciona orientación respecto a cómo gestionar los aspectos medioambientales de sus actividades, productos y servicios de una forma más efectiva, teniendo en consideración la protección del Medioambiente, la prevención de la contaminación y las necesidades socio-económica

Se trata, entonces, de un procedimiento específico, mediante el cual una organización puede controlar el aspecto ambiental de sus actividades. Las empresas que siguen los procedimientos sugeridos por estas normas de gestión ambiental se benefician al disminuir costos de reparación del medio ambiente, mejorar la eficiencia y reducir los impactos ambientales adversos.

Uno de los primeros esfuerzos de sistematizar la gestión ambiental de las empresas procede de la Cámara de Comercio Internacional, la cual preocupada por el nivel creciente de imposiciones medioambientales toma la iniciativa a principios de los años noventa de proponer los primeros Sistemas de Gestión Ambiental (SGMA) como instrumentos de carácter voluntario dirigidos a las empresas para que estas consigan un alto nivel de protección del medio ambiente en el marco de un desarrollo sostenible, priorizando las medidas de prevención sobre las de corrección.

La relación empresa y medio ambiente se ha comportado de forma creciente al igual que la conciencia ambiental, provocando que los directivos en algunas empresas decidan implantar un Sistema de Gestión Ambiental (SGMA) que facilite el control de los procesos.

El SGMA es un proceso continuo e interactivo, que involucra, estructura responsabilidades, procedimientos, procesos y recursos para implementar políticas, objetivos y metas ambientales, coordinado con las áreas de la empresa.

Implementar un Sistema de Gestión Ambiental aporta ahorro de costos, ventajas competitivas, reducción de riesgos ambientales, garantizando el cumplimiento de la normativa vigente, incorpora los valores del desarrollo sostenible en las metas corporativas, integrando políticas, programas y prácticas respetuosas con el medio ambiente en un proceso de mejora continua, comporta educar, enseñar y motivar a directivos y empleados en los valores ambientales y de la sostenibilidad, formando parte de la ética administrativas de la empresa.

Una opción para el sector privado fue la aplicación del concepto eco eficiencia, como respuesta crítica a aquellas empresas que no consideraban su actividad en el marco del desarrollo sostenible. La eco eficiencia fue concebida por el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), para describir las prácticas que tienen conexiones positivas entre la eficiencia económica y ecológica. (WBCSD, 2000).

Las actividades empresariales generan aspectos ambientales que actúan sobre el medio ambiente, alterando el equilibrio de los ecosistemas, las emisiones a la atmósfera, los derrames, los vertidos a ríos, mares u otras fuentes de agua, las vibraciones, los consumos de energía y materias primas, provocan procesos negativos encaminados hacia un deterioro y desequilibrio ecológico que de no tomarse las debidas medidas a tiempo pueden resultar irreversibles. (Fernandez V. , 1996)

Las empresas deben incorporar dentro de su gestión unos comportamientos éticos medioambientales siguiendo parámetros de autorresponsabilidad en aras de principios de solidaridad social (Romero. G, 2009).

Cada vez es más notable la presión que ejerce la sociedad en general sobre todo tipo de empresas, en demanda de un respeto de los aspectos relacionados con el medio ambiente. Este hecho provoca un rechazo sistemático de todos aquellos productos o empresas que no demuestren un comportamiento medioambiental correcto o que su política interna no incluya un apartado dedicado a la protección del medio ambiente.

Actualmente las empresas están interesadas en alcanzar grandes objetivos como la responsabilidad social, económica y ambiental, incorporando dentro de los procesos productivos y de servicios una manera de identificar conjuntamente toda una problemática ambiental, que involucre la implementación de tecnologías eficientes y más limpias, para optimizar sus procesos de producción, reducir el volumen de residuos y/o emisiones logrando un ahorro económico, desarrollarse y volverse más amigables con el medio ambiente, y mejorando la imagen ante los consumidores y clientes, ampliar su mercado a niveles mayores, disminuir los impactos y externalidades producidas al sistema ecológico. (Arcilla, 2011).

DESARROLLO

El desarrollo económico del siglo XX estuvo fundamentado en la idea del progreso y del crecimiento ilimitado. ¿Cómo puede ser posible un desarrollo económico ilimitado en un planeta de recursos finitos? Actualmente se empieza a ser consciente que este crecimiento no se puede llevar a cabo a cualquier precio. La calidad de vida del hombre y de su entorno se ve continuamente comprometida debido al impacto que sobre el medio ambiente ejercen las variadas actividades que el propio hombre realiza.

El primer paso para alcanzar este tipo de desarrollo, consiste en que las empresas asuman su responsabilidad medioambiental pero sin que ello represente una disminución del rendimiento de su actividad o una desventaja competitiva.

Fisher, F. (1982), 57- 64, señalaba que el mundo de hoy se presenta como un sistema frágil en el que la existencia de gran número de interdependencias provoca que los problemas locales deban ser resueltos en un contexto internacional.

Otro hecho importante a tener en cuenta por las empresas es el principio de “quien contamina, paga”, establecido en el Acta Única Europea firmada en Maastricht¹ en 1992. Con este principio se expresa el mandato de imputar costos de la protección del medio ambiente a quien provoque la causa de la contaminación, sea individuo, empresa o administración.

La Gestión Ambiental ha evolucionado en la primera década del siglo XXI, principalmente por los cambios que ha experimentado la sociedad en el concepto de protección global del medio ambiente y no solo estipula el cumplimiento legislativo y normativo cada vez más estrictos, sino que se traduce en una visión estratégica de mercado. (Rey, C. 2008).

ISO 14001 es la norma aceptada internacionalmente y reconocida para implementar Gestión de Sistemas Medioambiental (SGMA). Dicha norma proporciona orientación respecto a cómo gestionar los aspectos medioambientales de sus actividades, productos y servicios de una forma efectiva, teniendo en consideración la protección del medioambiente, la prevención de la contaminación y las necesidades socio-económicas. El planteamiento que debe hacerse una empresa no se inicia con la problemática del destino de las emisiones, vertidos y residuos generados, sino que debe de tener lugar con anterioridad.

En este contexto es obvio la necesidad de implantar nuevos modos de gestión empresarial que deriven en el establecimiento de una política ambiental en la empresa, diseñada de tal manera que permita motivar a los altos directivos de la empresa a crear una estructura que posibilite la aplicación de esa política, así como la creación de un sistema de gestión ambiental que la lleve a la práctica dando respuesta a la normativa existente, a los riesgos ambientales y a las presiones sociales y financieras que soporta la actividad empresarial.

La gestión ambiental incorpora los valores del desarrollo sostenible en las metas corporativas de la empresa o de la administración pública, integrando políticas, programas y prácticas respetuosas con el medio ambiente en un proceso de mejora continua. Comporta educar, enseñar y motivar a los directivos y empleados en los valores ambientales y de la sostenibilidad. Pretende el desarrollo de productos y servicios con los menores efectos ambientales posible.

De acuerdo a Latorre, (2000) “la gestión ambiental puede considerarse como una tarea que comprende la planificación, ejecución y evaluación del conjunto de acciones físicas, financieras, reglamentarias, institucionales, de participación, concertación, investigación y educación, con el fin de mejorar la calidad ambiental”.

Sarde, (1999) define la gestión ambiental empresarial como: “La parte del sistema general de gestión que incluye la estructura organizativa, la planificación de las actividades, las responsabilidades, las prácticas, procedimientos, procesos y los recursos para desarrollar, implantar, ejecutar y revisar la política ambiental de la empresa.

Trujillo & Vélez, (2010) concluyen que el SGMA surge como respuesta a una serie de dinámicas generadas por tendencias específicas de mercado como nuevos patrones de calidad y exigencias derivadas de la función social de las empresas, así como de las responsabilidades de la misma, no solo a nivel interno (empleados, accionistas, estado de las instalaciones) y externas (clientes, competencia, legislación, grupos de presión).

La Cámara de Comercio Internacional define al SGMA como el método que aplica una empresa para alcanzar y mantener un determinado comportamiento, de acuerdo con los objetivos y metas propuestas, y como respuesta a normas, riesgos ambientales, presiones tanto sociales, como financieras, económicas y competitivas en permanente cambio.

La ley de Gestión Ambiental N° 37, publicada en el Registro Oficial N° 245, 30 de julio, 1999, es un ejemplo de como la preocupación ambiental se ha incrementado en Ecuador, casi al mismo nivel de otros países más avanzados. En su título 1 (Ámbito y principios de la ley), refiere los siguientes artículos:

Art. 1.- La presente ley establece los principios y directrices de política ambiental, determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones de esta materia.

Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad y corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respeto a las culturas tradicionales.

El proceso de implantar un Sistema de Gestión Ambiental no tiene un método standard, dependerá del tamaño de la empresa, de la actividad que realice, de sus productos, servicios y de su gestión. Cualquier empresa que desee implantar un

SGMA puede optar por establecer sus propios requisitos e implantarlo según su criterio o utilizar algún sistema de gestión ambiental preestablecido.

La implantación *de un* sistema de gestión ambiental en cualquier tipo de organización implica la caracterización de todos aquellos aspectos de las actividades, procesos o servicios que estén produciendo un impacto ambiental negativo y un estudio de las acciones que la empresa puede llevar a cabo para conseguir:

- La minimización de los aspectos ambientales a la hora de producir (reducción en el origen de la generación de contaminantes o de acciones impactantes)
- La gestión de residuos (depuración y tratamiento)
- Reciclar o reutilizar los residuos como subproductos de otros procesos productivos.
- Transferencia de conocimientos y tecnologías ecológicamente racionales sobre tecnologías no contaminantes.

Otra de las características destacables de los SGMA es el compromiso de las empresas a cumplir la ley en todo momento y el proceso de verificación de cumplimiento por parte de la dirección o la mejora continua del sistema.

El SGMA se sustenta en una serie de documentos que buscan conocer, controlar y minimizar los aspectos ambientales asociados a la actividad de la organización y que se basa principalmente en el compromiso que adquiere y la predisposición que esta posee ante cualquier cambio.

Se puede afirmar que una empresa que actúe de espaldas al medio ambiente, asume un grave peligro, no solo en términos económicos, sino en irreversibles deterioros de imagen, que pueden llegar a cuestionar la viabilidad de la misma. Para una actividad empresarial el medio ambiente puede considerarse como un valor añadido, una ventaja competitiva, y presentarse como impulsor de la modernización de las actividades, favoreciéndola en el aumento de su productividad y competitividad.

Cada vez existe más conciencia que están en juego los intereses de la industria: si aumenta la demanda de tecnologías y productos limpios, el mercado ofrecerá oportunidades especialmente ventajosas para las empresas innovadoras; cuando la industria incluye en su política de gestión consideraciones ecológicas, obtiene beneficios que se traducen en ahorro de energías y recursos.

Las empresas con visión de futuro consideran la gestión ambiental como una oportunidad de reducir los consumos de materias primas, energía y corrientes residuales, disminuyendo los costes, aumentando su competitividad y mejorando su imagen frente a la administración y la sociedad en general.

Una empresa puede oponerse a todas las normas legales de protección ambiental acatando únicamente lo que es imposible de eludir, o bien dar a los temas ambientales una importancia similar a la de otros aspectos empresariales.

Esta segunda opción reconoce la conveniencia de integrar la variable ambiental en todos los mecanismos de decisión empresarial, lo que supone anticiparse a todas las exigencias y aprovechar una oportunidad de minimizar los costos derivados de la gestión de los residuos, ahorrar costos mediante un menor consumo de recursos, incrementar la calidad, la productividad y conseguir la total aceptación social y política de la actividad desarrollada.

Incluir la variable ambiental en la estrategia empresarial permite una mejora continua del sistema, permite elaborar una planificación, se ejecutan las acciones, se pasa luego a un proceso de verificación para finalmente tomar las decisiones necesarias y actuar para mejorar el desempeño ambiental.

Ante esta situación se distinguen dos tipos de empresas puntualiza (Villegas, 2011), las reactivas y las proactivas. Las primeras se limitan a seguir las leyes ambientales argumentando que solo son responsables de los problemas que causan directamente y que las afectan en sus intereses económicos. Mientras que las proactivas son justamente las opuestas a las reactivas y adoptan prácticas que toman en cuenta la variable ambiental, con la finalidad de que los clientes vean a sus productos con una clara ventaja competitiva sostenible.

En base a lo anterior se puede desprender la necesidad de implantar nuevos modos de gestión empresarial, que conlleven como se ha mencionado, al establecimiento de una política ambiental que obligue a los altos estamentos de la empresa a constituir una estructura adecuada para llevar a cabo dicha actividad.

Implantar un Sistema de Gestión Ambiental representa substituir soluciones costosas no planificadas por la empresa para la protección del medio ambiente por unos procedimientos integrados que conducen a una protección preventiva y que a la vez comportan un mayor rendimiento de la actividad y un aumento de la competitividad.

La implantación de un SGMA supone una revisión de todos los procesos productivos y si fuera necesario, la variación de estos de forma que comporten disminución en el consumo de agua, energía y materias primas.

Adoptar medidas encaminadas a reducir el consumo interno de la empresa no solo significa una disminución económica del gasto de los procesos industriales, sino que también representa una reducción del consumo de los recursos naturales y una disminución de la contaminación producida en el tratamiento de estos recursos.

En los SGMA es muy importante tener en cuenta que para que funcione correctamente debe estar involucrada toda la plantilla de personal de la empresa, por lo que todos los empleados han de recibir una formación adecuada a su lugar de trabajo.

La implantación de un SGMA se ve limitado por que se requiere de gran esfuerzo y tiempo para lograr el objetivo, necesita de personal especializado, suficientes recursos financieros y genera extensa documentación.

CONCLUSION

El Sistema de Gestión Ambiental es un proceso continuo e interactivo, que involucra, estructura, responsabilidades, prácticas, procedimientos, procesos, y recursos para implementar políticas, objetivos y metas ambientales, todo lo cual debe ser coordinado con las áreas de operaciones, finanzas, calidad, salud ocupacional, seguridad y administración.

Es evidente que la implantación de un SGMA tiene un efecto muy positivo en la imagen corporativa de la empresa, especialmente si este admite un informe o una declaración medioambiental dirigida a todos los públicos interesados y a la sociedad en general, donde quedan reflejados los esfuerzos que realiza la empresa para conseguir progresos medioambientales.

Las empresas con visión de futuro consideran la gestión ambiental como una oportunidad de ahorro de recursos y ventajas económicas adicionales representadas por los procesos de reducción de residuos, emisiones de material particulado, ahorro de materias primas y consumo de energía, disminuyendo los costos, aumentando su competitividad y mejorando la imagen frente a la administración y la sociedad en general, avalando una armonía en la cual la actividad productiva de la empresa es más amigable con la comunidad interna operativa y con el medio externo, garantizando una sostenibilidad entre la responsabilidad social, económica y ambiental.

Para que un número mayor de empresas decida adoptar una posición proactiva en cuanto a la integración de la variable ambiental en la estrategia de la empresarial, es indispensable que se fomenten programas de sensibilización ambiental en las empresas – industrias con temas vinculados a sus actividades empresariales.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arcilla, A. (2011). Implementacion del sistema de gestion ambiental bajo la norma ISO 14001 en el proceso industrial del arroz en la Arroceria La Esmeralda S.A. . Cali , Valle del Cauca , Colombia .
- Consejo para el desarrollo sostenible (WBCSD, 2000) y el Programa de las Naciones Unidas Para el Medio Ambiente (PNUMA, 1997). Ecoeficiencia y Producción más limpia, trazando el camino hacia la sostenibilidad.
- Fernandez, V. (1996). Instrumentos de la Gestion Ambiental Empresarial . En V. C. Vitoria, Instrumentos de la Gestion Ambiental Empresarial . Madrid: Mundi prensa .
- Fischer, F. (Julio - Agosto de 1981). www.nuso.org. 57
- Latorre, E. Herramientas para la participación en Gestión Ambiental. Editorial Prisma Asociados. Ltda. Bogotá 2000, p 313.
- Ley de Gestión Ambiental N 37, publicada en el Registro Oficial N° 245, 30 de julio, 1999.
- Max Neef, M.A (1993). Desarrollo a Escala Humana: conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones. Editorial Nordam – Comunidad Montevideo.
- Meadows, H. (1972). Los límites del crecimiento. Santa Fe de Bogota
- Romero, G.D (2009). Empresa y gestión ambiental en el marco de la responsabilidad social corporativa: Economía Industrial (371), 129 -138
- Arcilla, A. (2011). Implementacion del sistema de gestion ambiental bajo la norma ISO 14001 en el proceso industrial del arroz en la Arroceria La Esmeralda S.A. . Cali , Valle del Cauca Colombia .
- Sarde, P. ISO 14000 en la Gestión Ambiental. Documento mimeografiado de la Especialización en Gestión Ambiental de la Universidad Nacional de Colombia sede Medellín. 1999 p. 3
- Trujillo, M. & Vélez, B. (2010). Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial: Revista Universidad & Empresa. Disponible en: <http://www.revista.urosario.edu.co/index.php/empresa/article>.
- UCA – IUSS. (2013). Modulo Gestion Ambiental. Posgrado de Master en Gestion Ambiental. . Cadiz , España .
- WCED. La Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. (1987). Nuestro futuro común.

015. GESTIÓN DE RIESGOS PARA DESASTRES NATURALES Y/O ANTRÓPICOS. CASO MODELO OPERATIVO PARA EL COMITÉ DE OPERACIONES DE EMERGENCIA DEL CANTON GUAYAQUIL.

Autores:

MSc. Michael Camchong Ayón*

Universidad de Guayaquil - Ecuador
macamchong@gmail.com

MSc. Alina M. Sánchez**

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Ecotec - Ecuador

Resumen

Guayaquil se sitúa en una de las zonas más sísmicas del mundo denominada Cinturón de Fuego, frente a la placa tectónica de Nazca, que choca contra la placa Sudamericana y próximo a una serie de fallas geológicas; y por el uso inadecuado del suelo y el tipo de construcción, lo convierten en un lugar muy expuesto ante este fenómeno natural. Las autoridades tienen la competencia de Gestión de Riesgos (GR) establecido en el marco legal vigente y velar por el bienestar urbano ante los riesgos naturales o antrópicos.

Este trabajo pretende contribuir con la definición de funciones e interrelación del modelo operativo del Comité de Operaciones de Emergencias del Cantón de Guayaquil que sirva a sus miembros en sus actuaciones y/o decisiones, previas y posteriores a un evento adverso. En el área de operaciones se ha recomendado un mínimo de 7 mesas de trabajo técnico y no solo soportar la primera respuesta del impacto del evento adverso, sino llegar a planificar con las mesas sectoriales temáticas, el plan de Recuperación a Mediano y Largo plazo. Estas mesas deberán estar coordinadas por una mesa central que consolide la información y haga el seguimiento respectivo; en el caso del cantón Guayaquil, la Dirección de Gestión de Riesgos deberá realizar esta labor.

La metodología aplicada, además de la revisión legal y publicaciones referentes a los Comités de Operaciones de Emergencias (COE), se han realizado entrevistas a diferentes actores y/o instituciones nacionales e internacionales especializadas participantes de un COE Cantonal.

Palabras Clave: Gestión de riesgos, Desastre, Emergencia, Eventos adversos, Comité de Operaciones, Manejo y control de operaciones de emergencia

Introducción

“Más de 200 millones de personas son afectadas cada año por desastres causados por la vulnerabilidad a los fenómenos naturales” (Briceño, EIRD/ONU, 2004) sin sumarse a estos datos, incidentes y emergencias de índole antrópico como los provocados por conflictos armados y los accidentes de tránsito, entre otros.

Ecuador es un país con multiamenazas (sismicidad, inundación, marejada, déficit de precipitación, deslizamiento, hundimiento, flujo de escombros). A estas amenazas de origen natural, se agrega otro tipo de peligros concomitantes de origen antrópico, tecnológico, biológico (salud), entre otros. (SENPLADES - CAF, 2005)

En el caso de Guayaquil, algunos autores estiman que el mayor impacto social post-desastre por un sismo provocaría el colapso de cierto número de edificios, daños en los sistemas vitales y esenciales de la ciudad, y podría incrementarse por la falta de preparación y de acción oportuna de las autoridades. De acuerdo a una publicación de la revista Forbes del año 2007, se ubica a la ciudad de Guayaquil como la 13^o ciudad más vulnerable del mundo frente a un terremoto.

Este trabajo, propone un modelo de operación para el Comité de Operaciones de Emergencias del Cantón Guayaquil, para enfrentar el problema mencionado. Para ello, se consultó diversas fuentes de información a fin de identificar el rol de los comités de operaciones de emergencia en el nivel cantonal, áreas y enfoques para la atención de emergencias y desastres, con el fin de que los directivos conozcan sus funciones y se mejore la organización para una oportuna toma de decisiones, lo cual beneficia a la comunidad.

Esta investigación presenta en su primera sección la definición de la administración de desastres y en la actualidad conocida como la gestión de riesgos; en la segunda sección se presentará el modelo de operación de un Comité de Emergencia bajo la teoría de Enrico Quarantelli¹ y finalmente, en la tercera sección, se planteara este modelo aplicado al cantón de Guayaquil, para las principales áreas como son: toma de decisiones políticas, comunicaciones y técnicas. Además, se presentan flujos de interrelación, así como estrategias para un plan de interrelación de estas áreas.

Desarrollo

Administración de Desastres y/o Gestión de Riesgos

“Es fundamental entender cómo surge la vulnerabilidad, cómo crece y cómo se acumula” (Cardona O. D. 2005). En 1993, Wilches Chaux señalaba que “algunas de las dimensiones prevalecientes de la vulnerabilidad se encuentran en la ubicación de población, producción e infraestructura en áreas de potencial impacto; la inseguridad estructural de las edificaciones; la falta de recursos económicos, de autonomía y de capacidad de decisión de la población, (...), que les permitan hacer frente a contextos de amenaza o recuperarse después del impacto de un evento físico determinado; la ausencia de una sociedad organizada y solidaria; (...) y la falta de educación ambiental adecuada; la carencia de instituciones u organizaciones que velen por la seguridad ciudadana y que promuevan la reducción de riesgo”. (Wilches Chaux, 1993)

La Estrategia Internacional para la Reducción de Riesgos de Desastres define al desastre como: “una seria interrupción en el funcionamiento de una comunidad o sociedad, que ocasiona una gran cantidad de muertes al igual que pérdidas e impactos materiales, económicos y ambientales que exceden la capacidad de la comunidad o la sociedad afectada para hacer frente a la situación mediante el uso de sus propios recursos” (UNISDR, 2009) Mientras que una catástrofe es un evento adverso que implica destrucción o daño masivo en un sistema determinado; su declaración corresponde a la entidad rectora. (Secretaría de Gestión de Riesgos, SGR, 2014).

Una emergencia es un evento adverso. (Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos de América, Oficina de Asistencia para Desastres para Latinoamérica y el Caribe, USAID/OFDA/LAC, 2006) lo define como una “situación adversa que amerita tomar decisiones inmediatas y acertadas para superarla” (USAID/OFDA/LAC, 2011), sin embargo, no alcanza las dimensiones en cuanto a los daños, como cuando se trata de un desastre. En el contexto de una ciudad; por ejemplo, un incendio en una vivienda o un accidente de tránsito, se puede clasificar como un evento adverso; pero no es un desastre, ya que las consecuencias no repercuten más allá de los ciudadanos involucrados y/o afectados.

El desastre, en contraste de la emergencia, es un evento adverso que provoca; “alteraciones intensas en las personas, los bienes, los servicios y el ambiente; causadas por un suceso natural o generado por la actividad humana o la combinación de ambos, que exceden la capacidad de respuesta de la comunidad afectada.” (USAID/OFDA/LAC, 2006).

Desde una perspectiva simbólica ecológica, una teoría sociológica del desastre debería seriamente considerar los impactos recíprocos de los agentes en construcción, ambientes modificados y naturales y los efectos de las percepciones humanas y las experiencias de esos impactos sobre las estructuras sociales. En otras palabras, eventos adversos que alteran las relaciones entre comunidades y sus ambientes y ¿cómo el cambio de esos ambientes moldean el curso del cambio social? (Kroll-Smith & Couch, 1991).

¹Dr. Enrico L. Quarantelli es profesor investigador y director fundador del Centro de Investigación de Desastres (DRC) de la Universidad de Delaware, autor y/o editor de 27 libros y monografías y numerosos artículos y capítulos sobre temas de desastres.

La Administración para Desastres (APD), se difunde a finales de la década de los setenta con las publicaciones de Enrico. L. Quarantelli, donde se establecen algunos criterios para enfrentar las emergencias como por ejemplo la función principal de un Centro de Operaciones de Emergencias la cual es proveer la ubicación central de muchos actores relacionados en la planificación para desastres, equipadas y autosuficiente, al menos en lo que se refiere a energía eléctrica y agua potable. Las instalaciones, deben tener la capacidad mínima para que el personal pueda comer, descansar y asearse adecuadamente, a fin de que los esfuerzos sean coordinados en una situación de operación actual. Considerando que los COE son vulnerables a los impactos de desastres, es también necesario ubicar sitios de COE alternativos. (Quarantelli, 1979).

Esta fue la primera definición formal y estratégica que se estableció para un COE. Una de las ideas más importante que surge de este enunciado es que el COE no es sólo el lugar para hacer algo, sino una manera de hacer las cosas. (Montero, 1996).

La Administración para Desastres y su centro de recursos y estructura operativa más visible: el COE, es algo mucho más complejo que la sola respuesta, entendida ésta como algo aislado; requiere de soluciones mucho más integrales con equipos de trabajo multidisciplinarios, donde los delegados del Estado, lideren estos equipos en la búsqueda de resultados mucho más profundos. Por ello en la década de los noventa, se habla de Gestión de Riesgos para la reducción de riesgos de desastres donde además de la respuesta (durante) se debe ejecutar acciones de preparación (antes) y recuperación (después).

El Comité de Operaciones de Emergencia y sus principales funciones

En el trabajo de E. L. Quarantelli de 1979, se presentan y explican las seis funciones más importantes que forman parte los COE: Coordinación, tomadores de decisiones políticos, operaciones, búsqueda de información, disparidad de la información pública y visitantes locales.

Se considera que la función de Coordinación es la más importante de las funciones, porque se requiere que los participantes en una emergencia, sepan exactamente el qué, cómo, cuándo y dónde, de sus acciones. " (...) en situaciones de crisis, la coordinación es el problema más que la solución" (Quarantelli, 1987).

En cuanto a los tomadores de decisión que son los funcionarios de alto rango de las instituciones públicas y privadas, quienes participan en los COE deberán ser capacitados, informados, convocados a reuniones y separarles un espacio en el COE. De acuerdo a Quarantelli, una de las funciones más importantes, es la Planificación Estratégica y se recomienda que esta planificación (políticas de trabajo, manuales de procedimientos, guías de operación, entre otros) se realice antes de la ocurrencia de un evento adverso.

Mientras que lo referente a Operaciones, se ha diseñado para que cada funcionario cumpla la misión de cada entidad, como: manejo logístico de albergues, alimentación de respuesta, seguimiento a las órdenes de evacuación, entre otras actividades que estén relacionadas a los planes de trabajo que cada institución haya preparado y señalado su responsabilidad y compartido con otras instituciones involucradas.

En lo que respecta a la “Búsqueda de información”, Quarantelli reflejó la necesidad de que el COE sea informado de lo que está ocurriendo en el terreno. Esta información, se refiere a la evaluación de daños, amplitud y gravedad de las afectadas y primeras acciones tomadas, que son básicas para tener un análisis o bosquejo de la situación, tomar decisiones e iniciar los procesos necesarios para que se inicie con la función anteriormente descrita.

La Información Pública (área de comunicaciones), según Quarantelli esta función interfiere en muchas ocasiones con las otras funciones del COE, ya sea por el nivel de importancia que se le conceda a la prensa o porque la información que se proporciona a la víctima puede sobrevalorar o subvalorar la capacidad de respuesta de los familiares o de la comunidad y dificulta el manejo de la situación de los personeros del COE, por la generación de rumores y la presión pública.

La Atención de Visitantes se refiere a personalidades del sector público o privado se harán presentes en el COE con la finalidad de “cooperar sin interferir”. Para este caso, se debe disponer de la infraestructura adecuada para que estas personalidades, puedan participar sin interferir en el manejo de las operaciones.

El Manejo y Control de Operaciones de Emergencia (MACOE) es un conjunto orgánico y articulado de estructuras, relaciones funcionales, métodos, procedimientos y protocolos de carácter intersectorial, interinstitucional, interagencial y territorial (nacional, departamental, municipal), cuya finalidad es la administración de situaciones de emergencia en términos de control, según su jurisdicción de manera efectiva. (USAID/OFDA/LAC, 1998)

El COE es un componente del MACOE que interactúa con otras herramientas de control, tales como: Salas de Situación, Puestos de Comando, y Centros de Operaciones de otros niveles territoriales; todos ellos aplicando un proceso coordinado de toma de decisiones según su jurisdicción. Desde la Administración, el COE ejecuta las Políticas, Planificación, Organización, Dirección y Control de las operaciones de Emergencia.



Figura 1. Proceso administrativo de la Gestión de Riesgos de Desastres. Fuente: Principios de Administración de Frederick Taylor y Henry Fayol. Elaboración propia.

Guayaquil: modelo de operación del Comité de Emergencias ante una situación de crisis por un evento adverso

El cantón de Guayaquil ha sufrido graves daños por la ocurrencia de sismos de origen lejano (zona de subducción) y de origen cercano (fallas geológicas), Entre los principales sismos registrados en el último siglo constan el de Mayo 13 de 1942 (más de 100 personas muertas, la destrucción y colapso de 3 de los 7 edificios de concreto que existían en la ciudad en ese entonces y daños graves en mucha de la infraestructuras) y el de Agosto 18 de 1980, cuyo epicentro fue localizado en una falla secundaria en el continente a 65 Km al sureste de Guayaquil, con una magnitud Richter de 6.1, no provocó daños mayores, pero tuvo una pauta similar al evento de 1942.

Entre los años de 1998 y 1999, la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, con el aval del municipio porteño, presentó el proyecto Radius (Risk Assessment Tools for Diagnosis of Urban Areas against Sismic Disasters), el cual recreó las posibles consecuencias y comportamientos de 191 edificios de la ciudad. De acuerdo a dicho informe, uno de los que sufrirían más daños sería el de la Caja del Seguro del IESS, con una vulnerabilidad del 63% dada la irregularidad vertical y en planta, y su volado lateral.

Este cantón, también presenta otros eventos adversos recurrentes, como lo son las inundaciones y los incendios. En cuanto a las mayores inundaciones registradas, se encuentran las originadas por el Fenómeno de El Niño en los años 1982-1983, 1997-1998 y 2008, así como las últimas lluvias intensas del 2012 que causaron gran impacto y afectación, especialmente a la infraestructura básica y a la pérdida de los medios de vida de la población rural.

Existen también áreas proclives a los deslizamientos, que se reactivan especialmente en temporadas lluviosas o de invierno focalizados, principalmente en las zonas de Mapasingue, Bastión Popular, Cerro Santa Ana, Cerro del Carmen y Cerro San Eduardo. A continuación, se presenta el mapa de la ciudad con las zonas propensas a inundaciones y deslizamientos:

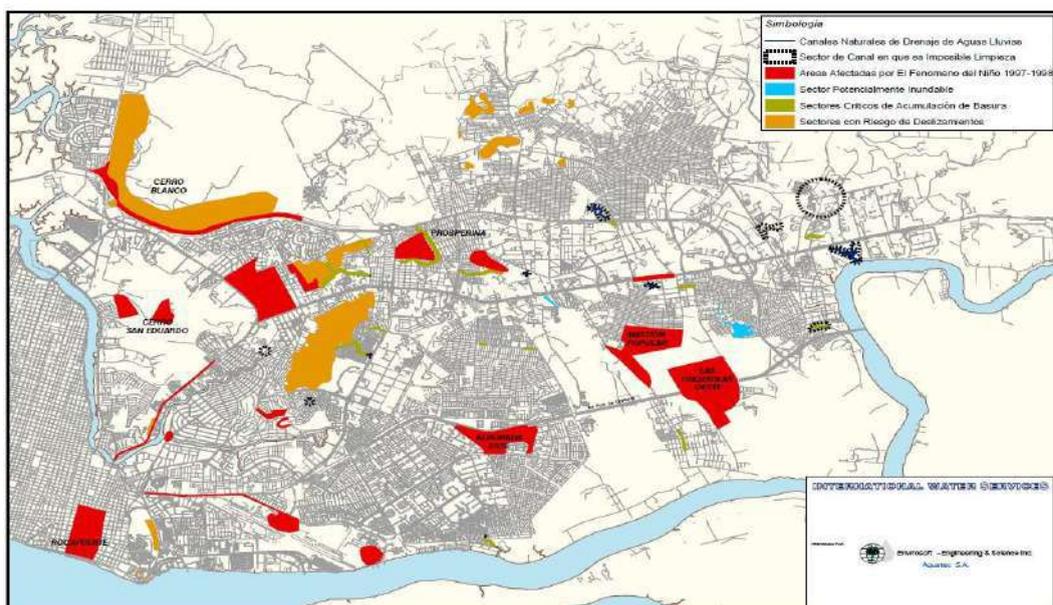


Figura 2. Sectores propensos a inundaciones y deslizamientos en el Cantón Guayaquil. Fuente: M.I. Municipio de Guayaquil- área prevención de Desastres. Elaboración: International Water Services, Interagua.

Los incendios son otra de las amenazas que ha causado grandes daños a la infraestructura y a la población, sobretodo, en las zonas urbanas marginales, los cuales, históricamente, han destruido gran parte de la ciudad.

En el 2006, el Cabildo porteño, creó la Corporación de Seguridad Ciudadana de Guayaquil (CSCG), enfocada a la prevención de eventos adversos. Se han promulgado protocolos de acción para estos casos. Además, se han organizado en los últimos años, ejercicios de simulación y simulacros, para evaluar y ajustar estos protocolos. Recientemente, el municipio creó la Dirección de Gestión de Riesgos y Cooperación Internacional.

Por otra parte dispone de mecanismos, herramientas y capacidades, muy importantes para atender los eventos de gran magnitud, las capacidades desarrolladas en años recientes para su manejo, podrían incluir un modelo integrador que potencialmente logre mayor eficacia, necesaria en la respuesta.

Metodología

Esta investigación, utiliza los métodos descriptivos y exploratorios. Basado en la metodología descriptiva, se señalará el marco jurídico dentro del que se desarrolla un Comité de Operaciones de Emergencias a nivel cantonal, así como la estructura y funciones de sus componentes.

Para este estudio, se ha tomado el caso del COE Cantonal de Guayaquil, al ser el cantón más poblado del país y donde se registran varias amenazas recurrentes. Con la metodología exploratoria, se realizaron entrevistas a miembros del COE Cantonal de Guayaquil, para investigar la actual organización y con los aportes de los autores se pretende proponer un modelo operativo, que permita mejorar su funcionamiento e interrelación y sirva de guía para otros Comités a este nivel de jurisdicción.

El Comité de Operaciones de Emergencias del Cantón de Guayaquil está conformado por 64 personas, distribuidos de la siguiente forma: Tomadores de decisión política (13), técnicos de las mesas sectoriales (44), operadores de sala de situación y radioaficionados (5) y oficiales de prensa (2).

Con el total de los miembros que son parte del COE Cantonal (población), se consideró aplicar un muestreo semi-estructurado, de tal forma que, se entrevistó al azar y proporcionalmente a miembros del Comité. Además de la información de los encuestados, se revisó el marco legal a nivel nacional y las ordenanzas municipales.

Entre los principales resultados que se obtuvo fue que la mayoría (95%) afirma que si existe institucionalidad. Esto en base a la firma del Plan Piloto del Memorándum de Entendimiento del 29 de marzo de 2010 entre la SNGR y el M. I. Municipio de Guayaquil, para la Implementación del SCI.

La mayor parte de los entrevistados (82%) afirma que si influye en forma directa la Información que provee la Sala de Situación a los tomadores de decisiones. Todos los encuestados conocen que la Sala de Situación opera 24 horas durante 7 días de la semana. Para algunas personas (60%) no les queda claro de qué manera se interrelaciona cada área del COE. Las dudas probablemente son por la socialización pendiente de los flujos operativos y/o porque únicamente conocen el área donde realizan su rol, durante las reuniones o ejercicios del COE.

La mayoría (82%) señala que si existe personal capacitado. Además comenta este grupo que ha sido capacitado y ha participado en ejercicios que les ha permitido afianzarse en su rol dentro del COE Cantonal. El 100% de los encuestados afirma que la Instrucción y Capacitación influye positivamente en su rol para actuar frente a un evento adverso.

Se analizó el marco legal del país que incide en el Comité de Operaciones de Emergencia Cantonal y a continuación se cita este cuerpo jurídico:

1. Constitución Política del Ecuador Año 2008 (art. 261, 349, 375, 389, 390, 397)
2. Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomías y Descentralización, COOTAD, (artículos 4, 64, 140).
3. Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, COPLAFIP, (artículo 64)
4. Ley de Seguridad Pública y del Estado (artículos 7, 11)
5. Reglamento a la Ley de Seguridad Pública y del Estado (art. 2, 3, 18, 20)
6. Plan Nacional para el Buen Vivir (objetivo 4, política 4.6)
7. Plan Nacional de Seguridad Integral y Agendas de Seguridad

8. Secretaría de Gestión de Riesgos (SGR), entidad rectora que emite resoluciones regulatorias (como prohibiciones) y Acuerdos Ministeriales para que los otros entes del sector público cumplan con partes de lo que se requiera.
9. Ordenanzas municipales

La Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos ha publicado desde el 2010 el Manual del Comité de Operaciones de Emergencias (COE) y luego denominado Manual del Comité de Gestión de Riesgos (CGR). Los Comités de Gestión de Riesgos se conforman dentro de los ámbitos cantonal, provincial o nacional y tendrán dos mecanismos permanentes: Plenario y Mesas de Trabajo (MT). Declarada una Situación de Emergencia o un Desastre, el CGR se activa de inmediato como Comité de Operaciones de Emergencia (COE).

Los Comités de Operaciones de Emergencias (COE) estarán coordinados por la máxima autoridad política del territorio y es responsable de la administración y gestión de recursos, la coordinación interinstitucional, el suministro de informaciones a los diferentes medios de comunicación y la canalización de la ayuda externa que llegue como apoyo a la atención de la emergencia. La integración del COE variará según el territorio bajo su jurisdicción, en el caso de un cantón la estructura básica será conformada por: a) Alcalde, b) Jefes de las Instituciones de Organismos de Socorro, c) Responsables de la Unidad Municipal de Gestión de Riesgos y de otras unidades municipales pertinentes, d) Delegado Oficial de mayor rango de las FFAA en el territorio, e) Delegado Oficial de mayor rango de la Policía Nacional y f) Otros integrantes a criterio del mismo COE.

Este modelo se centrará en la estructura del COE descrito por Quarantelli y por el ente rector, comprendida por 3 áreas: a) Toma de Decisiones a través del Plenario del respectivo COE; b) Manejo de información, facilitada por la respectiva Sala de Situación y c) Operaciones, a través de las 7 mesas de trabajo técnico y una de coordinación intersectorial.



Figura 3. Integración operativa del COE Cantonal. Fuente: Manual de Comité de Gestión de Riesgos, Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos del Ecuador. Elaboración propia.

El área de decisión política recibe del área de operaciones información actualizada, como reportes periódicos que describan la situación, acciones tomadas hasta el momento, y definir, con base en el respectivo plan, qué problemas requieren una decisión de alto nivel, a criterio del equipo de operaciones. Para tal efecto, el área de decisión política puede contar con su propio despliegue de información y equipo de apoyo, o apoyarse directamente en el área de operaciones. La decisión política tomada debe ser informada al área de operaciones y canalizada por esta área.

El área de Manejo de Información es la encargada de captar o recibir información desde las zonas destruidas. Incluye tanto al personal trabajando en terreno, como aquellos que se encuentran en la Sala de Situación. Conviene resaltar, que en esta área se decide sobre qué tipo de información debe ser dirigido al área de Operaciones y qué información será usada para tomar decisiones localmente (USAID/ OFDA/ LAC, 1997).

El área de operaciones es la encargada de recibir información del área de manejo de información y otras fuentes. Es aquí donde se lleva a cabo el trabajo más exhaustivo, pues en ésta área puede concentrarse información proveniente de varias zonas, y aunque la misma se obtenga depurada, debe ser sometida a un reprocesamiento que con frecuencia incluye: ingreso al área de operaciones, verificación de confiabilidad de la información, ingreso y actualización en el sistema, manualmente o a través de computadoras, análisis y toma de decisiones², seguimiento. (Centro Regional de Referencia en Preparación para Desastres, 2009)

Es aconsejable, que el equipo de operaciones describa fundamentalmente: Situación actual en forma general, con su respaldo, problema definido, soluciones y/o recomendaciones preliminares, entre las que se incluya al menos una opción de nivel político.

En resumen, desde el área afectada por un evento adverso, sale información hacia el área de operaciones. Esta información es recibida y canalizada por el área de manejo de información, en la que se decide qué información merece ser llevada hasta el área de decisión política.

Las mesas de trabajo técnico deberán estar integradas por las instituciones y organizaciones presentes en el cantón Guayaquil afines al tema de la mesa y está definidas por: 1) Acceso y distribución de agua; 2) Promoción de la Salud, Saneamiento e Higiene; 3) Infraestructura, Reconstrucción y Rehabilitación; 4) Atención integral a la población, 5) Seguridad Integral de la Población, 6) Productividad y Medios de Vida y 7) Educación, Cultura, Patrimonio y Ambiente.

² Existen instituciones con procedimientos de operación que permiten tomar decisiones en el terreno a personal especializado, o a un puesto de mando. Estos procedimientos deben estar acordes con los correspondientes protocolos aprobados en el Cantón.



Figura 4. Coordinación y articulación – Área de Operaciones COE. Fuente: memorias de Ejercicio de Simulación en Guayaquil. Elaboración: Propia

El modelo propone que la mesa de Coordinación Intersectorial es la del Mando Unificado, dentro de las Operaciones del COE, la misma debe contar con un líder de Operaciones. Éste será responsable de articular los flujos de información entre las diferentes mesas e identificar puntos de sinergias y acciones estratégicas conjuntas. De esta manera en la estructura organizativa se cumple con los lineamientos de mando y control del Sistema Comando de Incidentes.

Para que el Comité de Operaciones de Emergencias, actúe de forma fluida, se requiere que cada una de las diferentes áreas cuente con formatos que acepten justificar su operatividad, conformación y acción, los mismos que deben ser validados en simulaciones y/o simulacros.

Las estrategias que se recomiendan aplicar para la ejecución del plan de interrelación entre las áreas del COE Cantonal, es decir: manejo de información, operación y toma de decisiones, son las siguientes:

- Identificación de las instituciones que forman parte del Comité, reunir autoridades de alto nivel, programar hoja de ruta, facilitar el rol y funciones frente a eventos adversos, preparar protocolos de actuación y validarlos, mantener reuniones periódicas.
- Construcción de diagnóstico local con posibles escenarios, recopilar la información para construir la línea base, sistematizar información, preparar escenarios y validar información con autoridades, es recomendable que periódicamente se actualice dicha información.
- Capacitación a los participantes del COE, socializar terminología utilizada, revisar protocolos y marco legal, prepararse en cursos básicos como Evaluación de Daños y Análisis de Necesidades (EDAN), Evaluación de Daños y Análisis de Necesidades, nivel Toma de Decisiones (EDAN-TD), Bases Administrativas para la Gestión de Riesgos (BAGER), Sistema de Comando de Incidentes- SCI: Básico e Intermedio y el Curso de Manejo de Centros de Operaciones de Emergencia (MACOE)

- Ejecución de ejercicios para validación de información, programar simulaciones internamente en cada institución y realizar simulacros interinstitucionales al menos una vez cada año.

Conclusiones

- El Comité de Operaciones de Emergencias debe estar conformado por tres áreas fundamentales para un adecuado funcionamiento:
 - Toma de Decisiones, a través del Plenario del respectivo COE;
 - Manejo de información, facilitado por la respectiva Sala de Situación; y
 - Operaciones, mínimo 7 mesas de trabajo técnico más una mesa coordinadora.
- La administración de desastres o gestión de riesgos para reducción de riesgos de desastres, requiere soluciones integrales, más allá de las que puedan ser aportadas por los profesionales de forma individual. Se requiere de amplios equipos de trabajo (MTT) que integren a representantes de una comunidad y lideren estos equipos en la búsqueda de resultados mucho más sustanciales.
- Es primordial que el COE sea informado (manejo de información) de lo que está ocurriendo en la ciudad. Esta información, se refiere a la evaluación de daños, amplitud y gravedad de las personas afectadas y primeras acciones tomadas para atenderlas. Esto es básico para el análisis de la situación, toma de decisiones y el inicio de los procesos necesarios para las operaciones.
- El COE debe dar el soporte logístico a todos los equipos SCI desplegados en el terreno, pues este rol es clave, ya que las operaciones in situ, dependen en muchos casos de la eficacia y eficiencia de la rápida toma de decisiones.
- De acuerdo a los resultados de la encuesta realizada, se recomienda que los funcionarios de alto rango de las instituciones públicas y privadas, que participan en el COE Cantonal, deberán ser capacitados, informados, convocados a reuniones y definirles su función y separarles un adecuado espacio en el COE.

Bibliografía

Briceño, S. (2004). ONU destaca aumento de personas afectadas por riesgos de desastres. *Centro de Noticias ONU*. Recuperado de <http://www.un.org/spanish/News/story.asp?newsID=3063#.V9Q1LvnhDIU>

Cardona, O. (2005). *Programa de Indicadores de Riesgo y Gestión*. Auspiciado por el Banco Interamericano de Desarrollo. Barcelona, España: Autor

Centro Regional de Referencia en Preparación para Desastres, Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. (2009). *Manual sobre organización y funcionamiento del Centro de Operaciones de Emergencia*. San Salvador, El Salvador: Autor.

Ecuador, Ministerio de Coordinación de la Seguridad. (2011). *Plan Nacional de Seguridad Integral y Agendas de Seguridad*. Quito, Ecuador: Manthra Editores.

Ecuador, Secretaría de Gestión de Riesgos. (2014). *Manual del Comité de Gestión de Riesgos*. Samborondón, Ecuador: Secretaría de Gestión de Riesgos.

Ecuador, Secretaría de Gestión de Riesgos. (2014). *Ecuador Referencias Básicas para la Gestión de Riesgos 2013 – 2014*. Samborondón, Ecuador: Secretaría de Gestión de Riesgos.

Ecuador, Secretaría de Gestión de Riesgos. (2015). *Ecuador: Avances en la gestión de riesgos 2008- 2014*. Samborondón, Ecuador: Secretaría de Gestión de Riesgos.

Ecuador, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2014). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito, Ecuador: Senplades.

Kroll-Smith J. & Couch S. (1991). What is a Disaster? An ecological-symbolic approach to resolving the definitional debate. *International Journal of Mass Emergencies and Disasters*, Vol.9, No.3. pp.355-366. Recuperado de <http://www.ijmed.org/articles/511/download/>

Lexis S. A. Portal Jurídico. (2016) *.Leyes del Ecuador*. Quito, Ecuador: Lexis. Recuperado de <http://www.lexis.com.ec/website/recursos/leyes/LeyesReglamentos.aspx>

Montero, A. (1996). *Centro de Operaciones de Emergencia: Necesidad de un modelo Centroamericano*. (Tesis de Maestría inédita). Escuela de Administración Pública, University of New Mexico. Albuquerque, Estados Unidos.

Muy Ilustre Municipio de Guayaquil. (2011). *Plan de emergencias y contingencias*. Guayaquil, Ecuador: Muy Ilustre Municipio de Guayaquil.

Muy Ilustre Municipio de Guayaquil. (2013). Memoria II Ejercicio de simulación de organización y funcionamiento del Comité de Operaciones de Emergencia y III Simulacro de evaluación de los protocolos SCI, Guayaquil, Ecuador: Muy Ilustre Municipio de Guayaquil.

Naciones Unidas, Estrategia Internacional para la Reducción de Riesgos de Desastres, UNISDR. (2009). *Terminología sobre la reducción de riesgos de desastres*. Ginebra, Suiza: Autor.

Naveed, A. (Diciembre, 2007). The 20 Most Earthquake- Vulnerable Cities. Forbes.com. Recuperado de http://www.forbes.com/2007/12/04/earthquakes-india-japan-biz-cx_db_1203earthquakes_slide_14.html

Quarantelli, E & Dynes, R. (1979). *Disaster Analysis: Emergency Management Offices and Arrangements*. Newark, United States of America: Disaster Research Center, University of Delaware.

Quarantelli, E. (1980). *Evacuation behavior and problems: findings and implications from the research literature*. Ohio, United States of America: Disaster Research Center, Ohio State University.

Quarantelli, E. (1987). Disaster studies: an analysis of the social historical factors affecting the development of research in the area. *International Journal of Mass Emergencies and Disasters*, Vol.5, No.3. pp.285-310. Recuperado de <http://www.ijmed.org/articles/145/download/>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo & Corporación Andina de Fomento. Consultoría Preandino. (2005). Plan estratégico para la reducción de riesgos en el territorio ecuatoriano. Programa Regional Andino para la reducción y mitigación de riesgos. Quito, Ecuador: Intenso Ofsset C.

Stoner, J., Freeman, R. & Gilbert, D. (1996). *Administración*. México, México: Prentice Hall.

Universidad Católica Santiago de Guayaquil. (2011). Risk Assessment Tools for Diagnosis of Urban Areas against Sismic Disasters, RADIUS. *Plan de acción para reducción de riesgo sísmico*. Guayaquil, Ecuador: Autor.

U.S. Agency for International Development, Oficina de Asistencia para Desastres en el Extranjero, Oficina Regional para América Latina y el Caribe. (1997). *Manejo y Control de operaciones de emergencia, Material de Referencia*. San José, Costa Rica: Internem

U.S. Agency for International Development, Oficina de Asistencia para Desastres en el Extranjero, Oficina Regional para América Latina y el Caribe. (1998). *Material introductorio para funcionarios (as) a cargo de operaciones de emergencia*. San José, Costa Rica: Internem

U.S. Agency for International Development, Oficina de Asistencia para Desastres en el Extranjero, Oficina Regional para América Latina y el Caribe. (2006). *Manual de Campo. Evaluación de Daños y Análisis de Necesidades*. San José, Costa Rica: Internem.

U.S. Agency for International Development, Oficina de Asistencia para Desastres en el Extranjero, Oficina Regional para América Latina y el Caribe. (2011). *Educación y gestión del riesgo: Una experiencia para compartir*. San José, Costa Rica: Internem.

Wilches Chaux, G. (1993). La vulnerabilidad Global. *Los desastres no son naturales*. Cauca, Colombia: Red de Estudios Sociales en Prevención de Desastres en América Latina.

016. CARACTERIZACIÓN DE NIDOS DE *COLUMBINA BUCKLEYI* (COLUMBIDAE) EN ÁREAS URBANAS.

Autores:

Vanessa Fonseca-Arana¹

Rubén Hermenegildo-Chong¹

Natalia Molina-Moreira²

¹Estudiantes de Ingeniería en Gestión Ambiental, Universidad de Espíritu Santo-Ecuador

²Docente-Investigador de la Universidad Espíritu Santo-Ecuador

vanfonseca@uees.edu.ec rhermenegildo@uees.edu.ec natimolina@uees.edu.ec

Resumen

Esta investigación presenta una caracterización de la composición de los nidos de *Columbina buckleyi*, la tortolita ecuatoriana, que es una especie de ave nativa de Ecuador, Perú y Colombia, evaluada en categoría de Preocupación Menor, en el estatus de conservación de la lista roja de la IUCN (2016). El principal problema que afronta esta especie es la pérdida de su hábitat natural, mismo que es indispensable para su alimentación, refugio y para cumplir su ciclo de vida. Por lo expuesto, en este estudio localizamos y analizamos nidos de *C. buckleyi* en dos sitios urbanos: uno en el Campus UEES y otro en Playas de Villamil, para conocer la composición de estos nidos y diferenciar si hay uso de materiales naturales o artificiales, generados como desechos en áreas urbanas. Se encontraron cinco nidos, los resultados mostraron que en todos los nidos las aves utilizaron materiales naturales y artificiales para su construcción en áreas urbanas. El hallazgo de materiales artificiales en los nidos, sugiere un comportamiento de adaptación, que se evidenció en la variación del peso de los nidos y la combinación de los diferentes materiales naturales y artificiales, sin embargo, se desconoce el grado de afectación que podrían tener los materiales artificiales utilizados en los nidos, respecto a la reproducción, puesto que en uno de los nidos, se encontró cadáveres de polluelos.

Palabras clave: Samborondón, adaptación, ecosistema, aves, urbano

Introducción

Las ciudades constituyen hoy en día un espacio fuertemente urbanizado en el que, a nivel mundial, viven y desarrollan sus actividades de trabajo y ocio más del 50% de la población. Se trata por tanto de un “ecosistema” singular creado por el hombre.

Este desarrollo socioeconómico ejerce grandes presiones y procesos de fragmentación sobre los ecosistemas, que pueden afectar la riqueza de la avifauna, al igual que factores internos de las áreas verdes como la superficie, estructura, diversidad y factores externos asociados al nivel de perturbación humana, como el flujo vehicular y peatonal, además la heterogeneidad espacial del paisaje colindante a la matriz urbana (Malthotra, 2015).

La oferta de alimento y de lugares de anidación en la ciudad es restringida, razón por la cual la pérdida de hábitat, producto de la presión y transformaciones urbanísticas, es tal vez el factor que más condiciona la presencia y diversidad de fauna en las urbes, en especial cuando son eliminados los ecosistemas estratégicos por su localización y composición florística, que resultan indispensables para proveer el hábitat en el cual encuentran el alimento y el refugio necesario para cumplir sus ciclos de vida (Sierra, 2012).

Por ello, es fundamental fomentar el conocimiento de la biología y hábitat de estos animales, promover el adecuado diseño y mantenimiento diligente de nuestros espacios urbanos y edificaciones, así como evitar determinados comportamientos; de esta manera, se limitan los factores que pudieran inducir en la reproducción excesiva de esas poblaciones animales (Birdlife-Sea, 2011).

Mirar a las aves como ejemplo de conservadoras de su propia especie en el simple hecho de convivir de los materiales desechados que son considerados como material inservible o basura urbana y ser usados en la producción de nidos para el crecimiento de sus polluelos, dándoles a las aves el nombre como las ecologistas del medio (Benítez, 2016).

En el Ecuador aves como *Columbina buckleyi* (P. L. Sclater y Salvin, 1877), la tortolita ecuatoriana, se encuentra en abundancia en el medio urbano, pues este le oferta unas características adecuadas para su desarrollo y proliferación, debido básicamente a un buen clima, recursos como refugio y lugares de cría y también la falta de predadores naturales (Ministerio de Turismo, 2013).

En este estudio localizamos y analizamos nidos de *C. buckleyi*, en dos sitios urbanos, para conocer la composición de los mismos y diferenciar si hay uso de materiales naturales o artificiales generados como desechos en áreas urbanas.

Metodología

El área de estudio está conformada por dos sitios de muestreo de la provincia de Guayas, el primero fue en el campus de la UEES ubicado en el Km 2.5 vía Puntilla-Samborondón, y el segundo fue Playas de Villamil. Se presentan las coordenadas de ambos sitios: Campus de la UEES con las Coordenadas 626117.17 m E 9764213.97 m S y Playas de Villamil localizado en las coordenadas 567845.13 m E 9709471.32 m S.

Para evidenciar la adaptación de las aves frente al elevado desarrollo urbanístico, se llevó a cabo una búsqueda de nidos por observación. Con la ayuda del GPS del teléfono celular se registraron las coordenadas del sitio, ésta observación se realizó durante tres meses, mayo, junio y julio de 2016.

Los nidos localizados, en ambos sitios de estudio, se desarmaron y luego se pesaron con una balanza gramera para diferir según su peso y materiales, finalmente se hizo un registro fotográfico de cada uno.

Resultados

Se determinó que *C. buckleyi* utiliza materiales naturales y artificiales para la construcción de sus nidos en áreas urbanas. En el primer sitio de estudio que fue el Campus UEES, se encontraron dos nidos de *C. buckleyi*, identificados y rotulados con los números 3 y 4. En el nido #3 se encontraron residuos de flores de árboles de samán (*Samanea samán*), tierra, ramas, hojas secas y en menor cantidad cuerdas elásticas. El nido #4 presentó pocos materiales como heces fecales, abundancia de ramas y hojas secas. Las figuras 1 y 2 ilustran el porcentaje proporcional de cada material de los nidos nido #3 y #4 del Campus UEES.

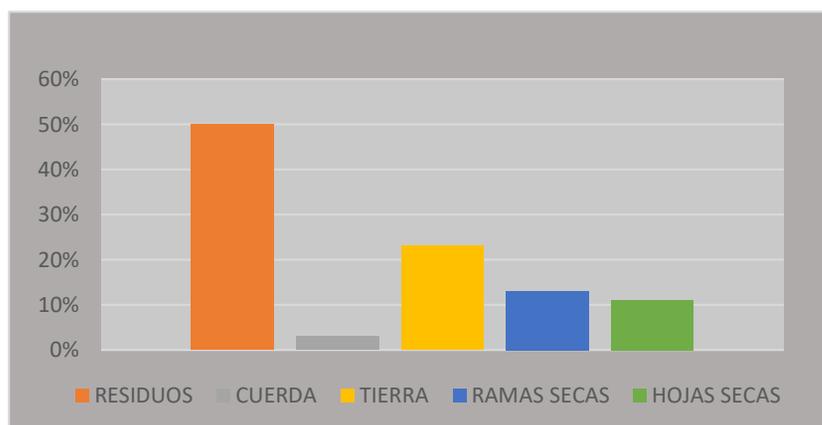


Figura 1. Composición del nido #3 del Campus UEES.

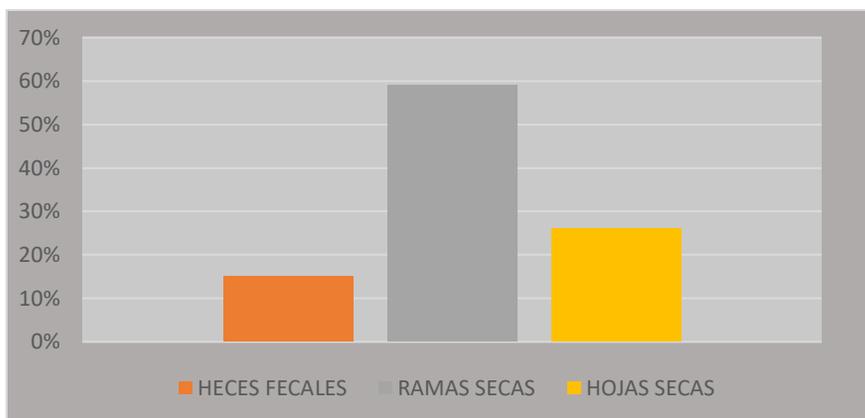


Figura 2. Composición del nido #4 del Campus UEES.

En el segundo sitio de muestreo en Playas de Villamil, se encontraron tres nidos identificados y rotulados como nido # 1, nido # 2 y nido # 5. El nido #1 presentó abundantes heces fecales y pedazos de cuerdas, hojas y ramas secas, plumas de polluelos y en menor proporción cinta adhesiva. En el nido #2 se encontró diversidad de materiales de los cuales se puede resaltar tierra en mayor abundancia, hojas y ramas secas, tela elástica, hilo, y pequeños pedazos de cinta adhesiva. En el nido #5 se observó diversos materiales, se destaca el hallazgo de dos cadáveres de polluelos en el nido, heces fecales, ramas y hojas secas, lodo, tierra, y una cantidad mínima de tubo plástico. Las figuras 3, 4 y 5 muestran la proporción de los materiales de los nidos #1, #2 y #5.

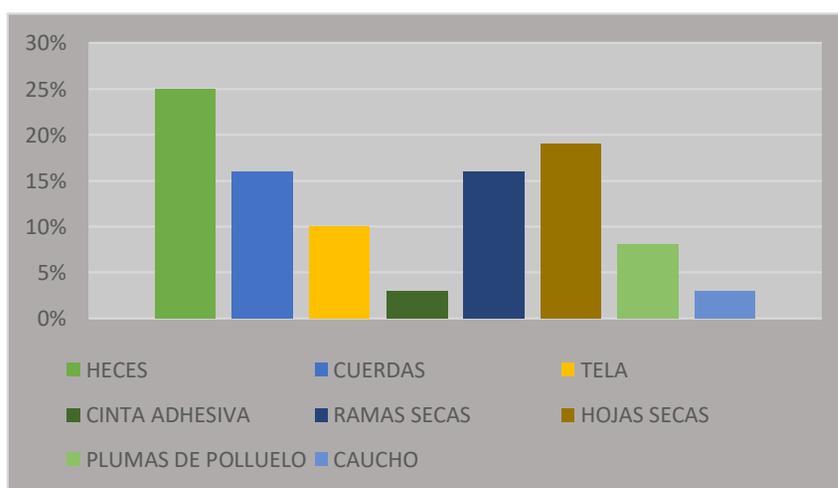


Figura 3. Composición del nido #1 en el sitio de estudio Playas de Villamil

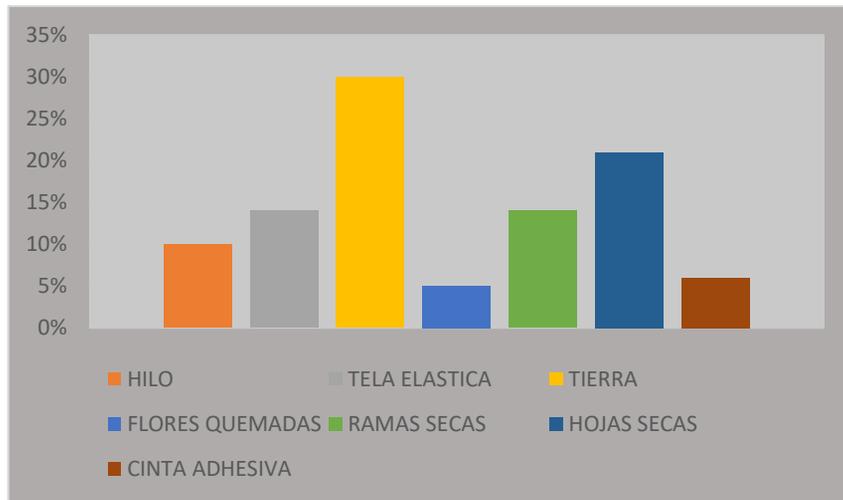


Figura 4. Composición del nido #2 en el sitio de estudio Playas de Villamil

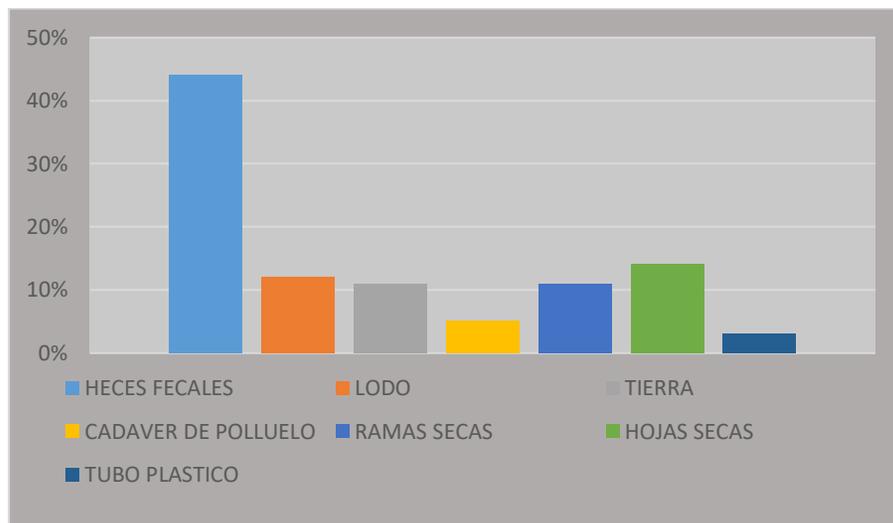


Figura 5. Composición del nido #5 en el sitio de estudio Playas de Villamil

En cuanto al peso de los nidos de la especie *C. buckleyi* se encontró una variación entre 30 a 150.5 gr. En la tabla 1. Se presenta el peso en gramos de cada nido.

Nidos	Peso en gramos
1	71
2	85
3	66.5
4	150.5
5	30

Tabla 1. Peso en gramos de los nidos de los sitios de estudio Campus UEES y Playas de Villamil.

Discusión

Siendo *C. buckleyi* una especie nativa de, Ecuador, Perú y Colombia, evaluada la en el estatus de conservación de Preocupación Menor (IUCN, 2016), el hallazgo de materiales artificiales que son productos de desecho urbanos en los nidos de esta especie, sugiere un comportamiento de adaptación al medio urbano, que se evidenció en la variación del peso de los nidos y la combinación de los diferentes materiales naturales y artificiales utilizados por las aves en la construcción de sus nidos. Sin embargo, se desconoce el grado de afectación que podrían tener los materiales utilizados en los nidos respecto a la reproducción, puesto que en uno de los cinco nidos, se encontró cadáveres de polluelos.

Conclusiones

Según la conformación de los cinco nidos encontrados de la especie *C. buckleyi* se observó el uso de materiales sintéticos en la construcción de los nidos, lo que refleja una adaptación de esta especie al estado cambiante de su entorno natural a urbano. Los nidos del sitio de estudio del Campus UEES presentaron menor tamaño y peso que los del sitio de estudio Playas de Villamil, en estos se encontró mayor cantidad de desechos. Se desconoce el efecto en la reproducción de las aves, por el uso de materiales artificiales por lo que será oportuno evaluar esta afectación en futuros estudios.

Bibliografía

- Baptista, L. H. (2016). *Handbook of the Birds of the World Alive*. (L. Edicions, Editor)
Recuperado el 24 de 05 de 2016, de HBW:
<http://www.hbw.com/species/ecuadorian-ground-dove-columbina-buckleyi>
- Benítez, A. N. (2016). *cubaeduca*. Recuperado el 21 de 06 de 2016, de cubaeduca:
http://www.cubaeduca.cu/medias/cienciatodos/Libros_3/ciencia3/138/htm/dominio.htm
- Birdlife-Sea. (2011). Biodiversidad urbana. *Problemas con aves urbanas*. Madrid, España.
- Cornell, B. (2009). *Nests and Eggs*. Obtenido de
<http://www.birds.cornell.edu/page.aspx?pid=1327>
- Greeney, J. I. (2011). A comparative look at the nest and eggs of the Ecuadorian and Croaking Ground-Doves (*Columbina buckleyi* and *Columbina cruziana*) in Ecuador. *Yanayacu Biological Station & Center for Creative Studies*, 56-58.
- Güller, R. (2010). Aves Urbanas-Ciudades. *Vida Silvestre*, 97, 21.
- Jhon Ralph, P. P. (2011). Manual de metodos de campo para el monitoreo de aves terrestre. *USA department of agriculture*.
- Jhonson, A. (2010). *Neotropical Birds*. Obtenido de
http://neotropical.birds.cornell.edu/portal/species/overview?p_p_spp=174261
- Josephs, M. (2011). *Scientific American*. Obtenido de For the Birds: Best-Adapted Beaks: <http://www.scientificamerican.com/article/best-adapted-beaks-bring-science-home/>
- Lambertini, M. (2016). *Birdlife*. Obtenido de
<http://www.birdlife.org/datazone/sowb/pressure/PRESS1>
- Malthotra, R. (2015). *BBC*. Obtenido de The most amazing nest built by birds:
<http://www.bbc.com/earth/story/20150307-the-16-most-amazing-bird-nests>
- Ministerio de Turismo. (2013). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de
<http://www.turismo.gob.ec/ecuador-el-pais-de-las-aves/>
- Nest Watch, N. (2011). *Nesting Cycle*. Obtenido de GENERAL BIRD & NEST INFO:
<http://nestwatch.org/learn/general-bird-nest-info/nesting-cycle/>
- Vera, P. M. M. (2011). Estructura y composicion del nido. *Revista Catalana d'Ornitologia*, 25:43-48.
- Ridgely, R. S., y Greenfield, P. J. (2013). Aves del Ecuador. En *Robert S. Ridgely; Paul J. Greenfield* (pág. 29).

Romero, A. K. (2015). Recuperado el 24 de mayo de 2016, de notasdemascotas:
<http://notasdemascotas.com/los-nidos-de-aves-mas-raros-y-hermosos-que-hayas-visto/>

Sierra, M. (2012). Ciudad y fauna urbana un estudio de caso orientado al reconocimiento de la relación hombre, fauna y hábitat urbano en Medellín. *Tesis de grado: presentado como requisito para optar al título de Magister en Estudios Urbano- Regionales*. Medellin, Colombia.

The UICN Red List. (2016). *BirdLife international*. disponible en
<http://www.iucnredlist.org/search>

Wildlife Journal. (2016). *WILDLIFE JOURNAL JUNIOR*. Obtenido de
<http://www.nhptv.org/wild/adaptation.asp>

017. ECONOMÍA AMBIENTAL EN EL ECUADOR.

Autor:

Luisa León Vega

lleon@ecotec.edu.ec

Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador

Docente Titular de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Ingeniera en Gestión Empresarial, Máster en Administración de Empresas

Guayaquil-Ecuador

Resumen

La Economía ambiental contribuye con la valoración del medio ambiente, en términos de que son recursos limitados que tienden a la escasez con el paso de las generaciones, también busca plantear vías favorables que conlleven a la optimización en la explotación de recursos naturales.

La economía ecuatoriana depende en más de un 50% de la explotación de recursos naturales, se debe buscar una verdadera integración económica, como la implementación de medidas regulatorias que no coarten la actividad económica y que contribuyan a un desarrollo sostenible, además de una gestión ambiental en donde se involucre a la ciudadanía, como partícipes en la toma decisiones con consecuencias ambientales.

El presente artículo argumenta que la economía ambiental ha venido siendo un tema relevante y de vital importancia en los últimos años; se han realizado una serie de cumbres internacionales que buscan afirmar el compromiso de los países sobre la conversación del medio ambiente, siendo el problema el ritmo creciente del consumo que ocasiona la degradación ambiental, la cual tiene como base la escasez de los recursos naturales.

Palabras claves

Economía ambiental, Valoración económica de los recursos naturales y Medio ambiente.

Introducción

El deterioro del medio ambiente y el agotamiento de los recursos naturales, se evidencian con más fuerza en la calidad de vida de las personas; a lo largo de los

últimos 40 años a nivel mundial se ha puesto mayor énfasis en temas ambientales con la finalidad de conservar y remediar el impacto por el uso indiscriminado de los recursos.

En la década de los 70, se cristalizó en el pensamiento económico la necesidad de mantener los ecosistemas para garantizar la propia supervivencia de la actividad económica. (Aguilera, 2006). El concepto de externalidad, y la alarma desatada por el Club de Roma con su informe sobre Los Límites del Crecimiento dieron lugar a la economía ambiental, que no es otra cosa que la valoración económica de los recursos naturales, con el propósito de equilibrar el impacto ambiental con los deseos humanos y las necesidades del ecosistema.

En Ecuador, se ha tornado más evidente en los últimos años la conservación y remediación ambiental, a través de organismos tanto públicos como privados que ejecutan proyectos de tratamientos de agua, lavado de superficies contaminadas, gestión de desechos contaminados, recuperación de piscinas de crudo, incentivos para la reforestación, entre otros. El objetivo del presente trabajo es identificar las diferentes teorías del pensamiento económico en el contexto medioambiental, así como la valoración económica de los recursos naturales. Se busca a través de la revisión literaria, presentar los encuentros internacionales que han tratado de obtener el equilibrio equitativo entre las necesidades socioeconómicas y ambientales de las presentes y futuras generaciones; y cómo Ecuador ha sido participe activo del cumplimiento de los objetivos planteados en los acuerdos internacionales.

Desarrollo

La crisis ambiental surgida en la época moderna, ha traído consigo que se analice una de las corrientes dentro de la economía que estudia vías sustentables para el uso racional de los recursos naturales. (Reynaldo, 2012).

Es así que La Economía Ambiental trata el estudio de los problemas ambientales con la perspectiva e ideas analíticas de la economía. (Field, 1995). La herramienta fundamental que se utiliza para el análisis y determinación del nivel de degradación ambiental, es la teoría de las externalidades.

Dentro de esta disciplina es imprescindible conocer que los costos ambientales son los asociados al deterioro de los recursos naturales, que no poseen un precio que regule su utilización, y usualmente se han establecido como el costo de actividades provisionales o de restitución de las afectaciones causadas. (Iturria Cammarano).

La economía ambiental busca lograr el equilibrio entre la actividad económica y la utilización de los recursos naturales; que no sea un acto meramente lucrativo el uso de los recursos en los procesos productivos, sino que se valore como un costo asociado y se considere la reposición de ellos.

Evolución en el pensamiento económico en el contexto medio ambiental

Hasta finales de los años 60, los economistas centraban su atención en los precios de mercado, capital y trabajo humano; siendo el medio ambiente considerado como un proveedor de recursos ilimitados para el proceso de producción. Las teorías relacionadas a esta línea de pensamiento fueron nombradas por el economista británico Kenneth Boulding como “*economía de frontera*”, que considera a la naturaleza como una oferta ilimitada de recursos físicos (agua, suelo, materias primas) que pueden utilizar las personas para su beneficio, y como el consumo de estos recursos genera gran cantidad de residuos que contaminan el ambiente y causan degradación ecológica.

Realizando un breve recorrido por la evolución del pensamiento económico, se encuentra primero la doctrina mercantilista, de los siglos XVI al XVIII, que defendió la explotación de plata y oro como principal exponente de la riqueza de una nación, lo que favoreció a lograr un superávit en la balanza comercial.

Los fisiócratas, considerados como la primera escuela teórica de economía, eran un grupo de filósofos franceses que veían a la tierra como la principal fuente de riqueza, el objetivo económico era aumentar la producción y el rendimiento agrícola pero sin considerar actividades de transformación de los alimentos. Todavía no existía ninguna preocupación por la naturaleza, se creía que la tierra constituía una fuente inagotable de recursos al servicio del hombre. (Reynaldo, 2012)

Los economistas clásicos, como Adam Smith, David Ricardo, Thomas Malthus y John Stuart Mills, consideraban al trabajo como la principal fuente de la riqueza, estaban a favor de la propiedad privada, los mercados y la competencia como medios para alcanzar el bienestar social. David Ricardo, incorpora el concepto de rendimientos decrecientes, considerando que al crecer los factores trabajo y capital necesarios para labrar la tierra, se reducen los rendimientos agrícolas.

Malthus por su parte, argumentaba que la oferta agrícola era limitada y estaba provista, por el crecimiento exponencial de la población, y el bajo rendimiento del factor trabajo en la agricultura, lo que conllevaría una reducción en la oferta de alimentos per capita. Según Malthus, “*la población tiende a crecer más rápidamente que la oferta de alimentos disponible para sus necesidades*”. Es decir, si la relación crecimiento poblacional, producción de alimentos es negativa podría causar graves problemas a la humanidad.

Por su parte, John Stuart Mills consideraba que el crecimiento económico constante y sin ningún tipo de control, tendría efectos negativos para el medio ambiente. (Reynaldo, 2012)

Partiendo de las teorías mencionadas en el párrafo precedente, los autores neoclásicos, comienzan a considerar en sus estudios la variable ambiental. Arthur Pigou en su obra “*Economía del bienestar*”, introduce la teoría de las externalidades,

que no es otra cosa que los costos o beneficios de la producción o consumo de un bien o servicios no se ven reflejados en su precio de mercado. Por ejemplo en el costo de la exportación de madera procesada no estaría incluido el valor por el impacto ambiental de la tala del bosque de la zona donde se realiza la actividad, esa sería una externalidad, al no considerar en el precio de mercado el costo ambiental.

Ayers y Kneese a finales de las década del 60, plantearon que las externalidades negativas estaban concentradas en los países industrializados. El Dr. Nicholas Georgescu-Roegen, considerado el precursor de la bioeconomía, cita que *“Los ciudadanos de los países ricos deben hacer conciencia acerca de los crímenes bioeconómico que suponen sus hábitos consumistas”*, haciendo alusión que el cambio frecuente de sus bienes de consumo propicia la fabricación de nuevos productos.

Las teorías económicas neoclásicas han sentado la base para que actualmente se considere el tema medio ambiental, como un factor de vital importancia en las actividades económicas, dando relevancia a la optimización en la explotación de recursos naturales, gestión ambiental y desarrollo sostenible.

Valoración económica de los recursos naturales

Todo bien o servicio tiene un valor de mercado, pero ¿qué ocurre en el caso de los bienes ambientales?, es sencillo, no existe un mercado definido para la transacción de los mismo, las personas no están dispuestas a pagar por algo que pueden obtenerlo de manera gratuita. Estos recursos naturales son denominados recursos de propiedad común por el hecho de que se tiene libre acceso a ellos. Y es precisamente este libre acceso, la causa del abuso en su uso, ya que cuando se utilizan como factores de producción, poseen un costo nulo o muy por debajo de su “costo social”. (Iturria Cammarano).

Los bienes considerados libre como la luz del sol, el aire o el agua, quedaban fuera del objeto de la ciencia económica, y que solo podían a pasar a formar parte de los en la medida en la que se convirtieran en apropiables, valorables, intercambiables y productibles, es decir, atribuyéndoles un valor de cambio. (Naredo, 2003)

Para poder asignar una valoración económica a los recursos naturales se lo ha dividido en dos grandes grupos, por su valor de uso, es decir, es el dado por el usufructo del medio ambiente y el valor de existencia, dado por el hecho de que existe pero no necesariamente va a ser explotado. Ver figura 1.

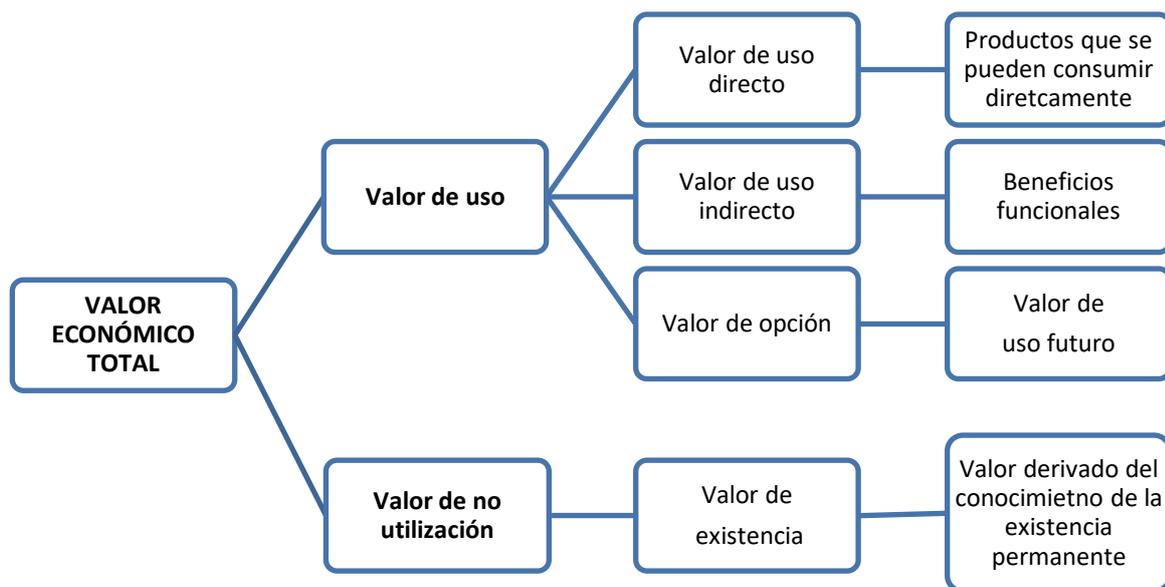


Figura 1. Santos M. Ruesga y Gemma Durán. Empresa y Medio Ambiente. 1995.

El valor de uso directo son los beneficios que resultan, del usufructo real del recurso, como para, alimentación, abonos, plantas medicinales, etc. El valor de uso indirecto son los beneficios derivados de las funciones del ecosistema, como por ejemplo, algunos animales desempeñan un papel en la dispersión de determinadas especies de plantas. El valor de opción se deriva del valor asignado a la protección de un recurso por la opción de utilizarlo en una fecha futura. En el Ecuador un ejemplo bastante claro es la propuesta Yasuní ITT, donde el estado plantea no explotar las reservas petroleras del campo ITT, dejando de percibir más de 7.000 millones de dólares, a cambio de una compensación económica inferior por parte de países desarrollados.

El valor de existencia es dado simplemente por el conocer que existe un determinado recurso aunque éste no vaya a ser utilizado, cómo los hábitats en peligro, la diversidad biológica.

Hitos mundiales para promover la protección medio ambiental

En 1970, el Club de Roma, una asociación privada compuesta por empresarios, científicos y políticos, encargó a un grupo de investigadores del Massachusetts Institute of Technology bajo la dirección del profesor Dennis L. Meadows, la realización de un estudio sobre las tendencias y los problemas económicos que amenazan a la sociedad global. (Toledo & Ayto, 2016). Los resultados fueron publicados en marzo de 1972 bajo el título "Los Límites del Crecimiento", donde se cita *"Si se mantienen las tendencias actuales de crecimiento de la población mundial, industrialización, contaminación ambiental, producción de alimentos y*

agotamiento de los recursos, este planeta alcanzará los límites de su crecimiento en el curso de los próximos cien años". El resultado más probable sería un súbito e incontrolable descenso tanto de la población como de la capacidad industrial." Estos resultados sirvieron de punto de partida para que la comunidad mundial, tomara asunto sobre las necesidades ambientales urgentes; por esto a partir de 1972, se comienzan a celebrar cumbres con la finalidad de unir fuerzas y detener el deterioro del planeta.

1972: Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano, Estocolmo.

Fue la primera conferencia internacional sobre el medio ambiente. Se logra la aceptación ecológica del mundo.

1973: Creación del Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente (PNUMA), con la finalidad de realizar una serie de objetivos interdisciplinarios en el ámbito del medio ambiente.

1987: Presentación en la Asamblea General de Naciones Unidas del informe "Nuestro futuro común" o Informe Brundtland¹. Se utiliza por primera vez el término desarrollo sostenible, como aquel que *satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras.* La protección del medio ambiente y el crecimiento económico son abordados como un solo ente.

1992: Cumbre de la tierra, Rio de Janeiro. Se produjeron acuerdos que tratan íntegramente los temas ambientales globales y se incorpora el desarrollo sostenible como meta principal. Su objetivo fue desarrollar estrategias y medidas para detener y conocer los efectos del daño medioambiental mundial, se afirmó que *"la protección y el mejoramiento del medio ambiente son cuestiones importantes que afectan al bienestar de los pueblos y al desarrollo económico de todo el mundo"*. Se firman 5 acuerdos:

1. **La Declaración de Rio sobre Medio Ambiente y el Desarrollo.** Se definen los derechos y las obligaciones de los Estados respecto de principios básicos sobre el medio ambiente y el desarrollo.
2. **La Agenda 21.** Su objetivo es preparar al mundo para los retos del próximo siglo e incluye propuestas concretas en cuestiones sociales y económicas, como la lucha contra la pobreza, la evolución de las modalidades de producción y de consumo, la dinámica demográfica, la conservación y ordenación de nuestros recursos naturales, la protección de la atmósfera, los océanos y la diversidad biológica, la prevención de la deforestación y el

¹ Gro Harlem Brundtland, primera Ministra noruega de ese entonces, quién encabezó la comisión sobre el informe.

fomento de la agricultura sostenible. (Organización de las Naciones Unidas, 1997)

3. **La Declaración sobre principios relativos a los bosques.** Su objetivo es que todos los países, se esfuercen por reverdecer la tierra mediante la reforestación y la conservación forestal.
4. **El convenio Marco de Naciones Unidas sobre Cambio Climático.** El objetivo de este convenio, es lograr la estabilización de gases de efecto invernadero en la atmósfera.
5. **El Convenio sobre la diversidad Biológica.** Se lo crea con la finalidad de conservar la biodiversidad, el uso sostenible de sus componentes y la participación justa y equitativa de los beneficios resultantes de la utilización de los recursos genéticos. (Organización de las Naciones Unidas, 1997)

1992: Protocolo de Kioto, tiene como objetivo reducir las emisiones de seis gases de efecto invernadero que causan el calentamiento global, en un 5% menos.

1997: Cumbre para la tierra +5. Se lo realizó con la finalidad de llevar a cabo una evaluación de los adelantos alcanzados a los objetivos planteadas en la Cumbre de Río y realizar los correctivos que sean necesarios.

2002: Cumbre sobre el desarrollo sostenible. Johannesburgo. El principal objetivo de la Cumbre es renovar el compromiso político con el desarrollo sostenible. La Cumbre culminará con la "Declaración de Johannesburgo", en que se reafirmará la determinación de trabajar en aras del desarrollo sostenible. (Organización de las Naciones Unidas, 2002)

2009: Conferencia de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, en Copenhague (COP 15). La meta fue preparar futuros objetivos para reemplazar los del Protocolo de Kioto, que terminaron en 2012.

2012: Conferencia de Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, en Río de Janeiro (Rio+20). Se centraron en dos temas principales: cómo construir una economía ecológica para lograr el desarrollo sostenible, y cómo mejorar la coordinación internacional para el desarrollo sostenible. (Naciones Unidas, 2016)

Ecuador y la aplicación de la economía ambiental

Como se puede observar en el acápite anterior, existen varios acuerdos y compromisos a nivel mundial con la finalidad de preservar y remedir las afectaciones

caudas al medio ambiente. Ecuador no es ajeno a esta tendencia mundial, realizando avances sustantivos desde 1994 en la aplicación de los principios del desarrollo sostenible, derivados de la Conferencia de Río, se crean políticas ambientales que otorgan prioridad a la gestión ambiental y se reconocen los principales problemas del país en esta rama.

Ecuador participó y adoptó los instrumentos emanados de la Conferencia de Río y presentó un Informe Nacional, que contiene el diagnóstico de la problemática ambiental. En 1993 se elaboró el documento de "Gestión Ambiental", complementario al Informe Nacional, el cual recoge las propuestas de políticas, estrategias y proyectos prioritarios para la gestión ambiental en el Ecuador. (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2007).

En 1999, se crea la Ley de Gestión Ambiental (RO No. 245, de 30 de julio de 1999), en la que se describen los principios y directrices de política ambiental y se da también proceso de gestión ambiental, todos estos orientados según los principios universales del desarrollo sostenible.

Para reafirmar el compromiso como país, se incorporan a la nueva Constitución del año 2008 un sinnúmero de concepto de derecho de la naturaleza y a su restauración, se ofrece un contexto para las políticas y la gestión ambiental basándose en nuevas estrategias de derecho, tomando la carta magna un giro hacia el biocentrismo². (Gudynas, 2009)

En la nueva Constitución ecuatoriana por primera vez se reconocen derechos propios de la Naturaleza o Pachamama. Ésta "tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos" Se indica que "toda persona, comunidad, pueblo, o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza", y que el "Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema" (Artículo 72).

Si bien se ha normado todo lo referente a la protección, mantenimiento y regeneración de los bienes naturales, no se puede ser ajeno a las cifras de la balanza de pagos que presenta el Banco Central de Ecuador, donde se observa que el 50% de las exportaciones totales, son petroleras; seguidas en un 23% por la de productos tradicionales, que son el banano, camarón, cacao, atún y café, lo que muestra un panorama claro que alrededor del 73% de nuestras transacciones con el exterior dependen de la explotación de recursos de naturales. Entonces surge la interrogante, de como un país con el escenario expuesto, puede incentivar un desarrollo sostenible.

² Término aparecido en los años 1970, que afirma que todo ser vivo merece respeto moral.

Las políticas económicas en el Ecuador siempre han tenido como fundamento el carácter inagotable de los recursos naturales. Desde la época colonial, la explotación de estas riquezas es considerada como el principal medio de enriquecimiento. A partir de finales del siglo XIX, frente a la especialización internacional del trabajo, la economía ecuatoriana, al igual que la mayoría de países latinoamericanos, depende de sus recursos naturales y de la mano de obra barata para formar parte del mercado mundial. (Sarrade, 2010)

Tenemos entonces la obligación de ser cada uno de los ciudadanos participes del cambio para la conservación del medio ambiente en el que vivimos, no podemos ser ajenos a la realidad de la región, pero si aportando con el uso correcto y limitado de los recursos disponibles. Un ejemplo de ello, es el programa de Incentivos para la Reforestación con Fines Comerciales que ofrece el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca; cuya finalidad es generar materia prima para el abastecimiento de la industria de la madera, reduciendo el aprovechamiento indiscriminado del bosque nativo, para así fomentar las exportaciones de productos con mayor valor agregado, entre otros, lo que permitirá reactivar la economía de cada región, es decir se busca que no haya una tala indiscriminada de árboles, sino que a través de técnicas especializadas permita la explotación con menor impacto ambiental.

El Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), cuenta con un sistema de información ambiental, que posee 29 indicadores sobre la realidad climática de Ecuador, en una labor conjunta con las Naciones Unidas. Este sistema proporciona datos cuantificables para la toma de decisiones y muestra las condiciones y calidad climática; recursos ambientales, generación y gestión de residuos y desechos; y salud ambiental. Una de los datos relevante es que existen 95,7 millones de metros cuadrados de áreas verdes, la mayoría son parques.

En el país existen empresas privadas con y sin fines de lucro, se encuentran también comprometidas con la protección o remediación ambiental, brindando asesoría técnica para el tratamiento de aguas residuales, sistemas de reciclaje, manejo de desechos, limpiadores biodegradables, implementación de instrumentos de gestión ambiental relacionados con el desarrollo forestal sustentable, desarrollo de proyectos de energías renovables, ingeniería eléctrica, eficiencia energética, etc, y así un sin número de empresas dedicadas a esta rama; por lo que se han realizado avances significados en el sector privado, evidenciando el grado de concientización de las organizaciones.

A nivel de la comunidad, la falta de una cultura ecológica aún continúa causando mucho daño ambiental, es evidente en algunas regiones del país, encontrar ríos contaminados con plásticos, vidrios, latas, y basura, así como con aguas servidas domésticas e industriales y desechos sólidos.

Conclusiones

En el campo de la economía a partir de los años 70 se evidencia una creciente tendencia hacia la conjugación con el medio ambiente, las corrientes del pensamiento económico neoclásico dieron una visión sobre los límites del entorno y cómo éstos podían detener el movimiento económico.

Los recursos naturales, eran considerados como inagotables y al servicio de la humanidad, el nuevo enfoque es que son escasos y con tendencia a extinguirse por completo, es por ellos que a los recursos renovables y no renovables se les asigna un valor tanto por su mera existencia como por el uso que se le dé al mismo. Lo que se busca es asignarle un costo o valor a ese bien que antes era considera de uso libre, para no dejarlo como una externalidad.

Los tratados internacionales han delimitado un camino a seguir a las naciones que se han comprometido con la conservación y remediación ambiental, después del informe del llamado club de Roma en 1972, se comienza a realizar un despliegue internacional que da inicio a las Cumbres internacionales, donde se realizan compromisos medio ambientales como la finalidad de detener el deterioro que ha tenido el planeta. Es de vital importancia que estos acuerdos se cumplan, dándole lugar a creación de programas, agendas y declaraciones para cubrir todos los campos del medio ambiente como, la diversidad biológica, gases invernaderos, protección de la atmósfera, desarrollo sostenible, etc.

Respecto a Ecuador, ha adoptado medidas para alinearse a las directrices internacionales, empezando por fortalecer sus bases legales que lo norman, así como con la elaboración de planes y programas que permitan la conservación ambiental de un país con alta biodiversidad. También se ha incorporado el levantamiento de información ambiental con indicadores que ayudan en la toma de decisiones a nivel gubernamental.

Al depender la economía de la explotación de recursos naturales, se debe buscar incentivar un desarrollo sostenible para que no existan desequilibrios ambientales. Intervenir la sociedad, economía y ambiente de manera conjunta buscando el beneficio de todos los involucrados y no de un solo ente.

Si bien se aprecia que el Ecuador ha avanzado bastante respecto a los marcos regulatorios, se debe hacer mayor énfasis en la concientización de la sociedad, para que esas políticas públicas lleguen a aplicarse a todos los niveles de la población, con la finalidad de mejorar la calidad de vida.

Bibliografía

- Aguilera, U. (2006). El valor económico del medio ambiente. *Ecosistemas*, 2.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Montecriti, Manabi, Ecuador.
- Field, B. (1995). *Economía Ambiental, Una introducción*. McGraw-Hill.
- Gudynas, E. (2009). La ecología política del giro biocentrico en la nueva Constitución de Ecuador. *ProQuest*, 13.
- Iturria Cammarano, D. (n.d.). *Universidad Nacional del Nordeste*. Retrieved julio 03, 2016, from [HTTP://ECO.UNNE.EDU.AR/CONTABILIDAD/COSTOS/VIIICONGRESO/194.DOC](http://ECO.UNNE.EDU.AR/CONTABILIDAD/COSTOS/VIIICONGRESO/194.DOC)
- Ministerio de Relaciones Exteriores. (2007). *Tecnologías Limpias*. Retrieved 08 07, 2016, from http://www.tecnologiaslimpias.cl/ecuador/ecuador_dsa21.html
- Naciones Unidas. (n.d.). Retrieved 08 01, 2016, from <http://unfccc.int/resource/docs/convkp/convsp.pdf>
- Naciones Unidas. (2016, 08 07). *Departamento de Asuntos Económicos y Sociales*. Retrieved from <http://www.un.org/es/development/desa/about/conferences.shtml>
- Naredo, J. M. (2003). *La economía en evolución*. Madrid: Siglo XXI de España Editores, S.A.
- Organización de las Naciones Unidas. (1997, Febrero). *Departamento de Coordinación de Políticas y de Desarrollo Sostenible*. Retrieved 08 07, 2016, from <http://www.un.org/spanish/conferences/cumbre&5.htm>
- Ornaginación de las Naciones Unidas. (2002). *Conferencias*. Retrieved from http://www.un.org/spanish/conferences/wssd/cumbre_ni.htm
- Reynaldo, C. L. (2012). LA ECONOMÍA AMBIENTAL Y SU EVOLUCIÓN EN EL PENSAMIENTO ECONÓMICO. *DELOS*, 2.
- Santos, R., & Durán, G. (1995). *Empresa y Medio Ambiente*. Madrid: Ediciones Piramide S.A.
- Sarrade, D. (2010). *Por la nueva civilización planetaria*. Retrieved from <http://www.partealta.ec/portada/archivo/6076-el-ecuador-frente-a-la-problematica-ambiental>
- Toledo, & Ayto. (2016, 08 07). Retrieved from <http://www.ayto-toledo.org/medioambiente/a21/limitescrecimiento.pdf>
- Wagner, L. S. (2017, 07 08). *La Economía Ambiental y la internalización de externalidades ambientales. Las críticas y las propuestas desde la Economía Ecológica. Sustentabilidad débil y sustentabilidad fuerte*. Retrieved from

<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2011/lsw/Economia%20Ambiental%20y%20la%20internalizacion%20de%20externalidades%20ambientales.htm>